



**PERAN *GREEN ATTITUDE* DALAM MEMEDIASI  
PENGARUH E-WOM, *GREEN PRODUCT*, DAN *GREEN  
BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PRODUK SUSU ORGANIK ULTRA JAYA**



**TESIS**

**MUHAMAD RIDWAN MAULANA**

**55122110054**

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA**

**2025**



**PERAN *GREEN ATTITUDE* DALAM MEMEDIASI  
PENGARUH E-WOM, *GREEN PRODUCT*, DAN *GREEN  
BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PRODUK SUSU ORGANIK ULTRA JAYA**

**TESIS**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan

Program Studi Magister Manajemen

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**  
MUHAMAD RIDWAN MAULANA

**55122110054**

**PROGRAM STUDY MAGISTER MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA**

**2025**

## HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhamad Ridwan Maulana

NIM : 55122110054

Fakultas/Program Studi : FEB/ Magister Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tesis berjudul:

“PERAN GREEN ATTITUDE DALAM MEMEDIASI PENGARUH E-WOM, GREEN PRODUCT, DAN GREEN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SUSU ORGANIK ULTRA JAYA” adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau hak pihak manapun.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap pernyataan ini, saya bersedia menanggung seluruh konsekuensi hukum dan membebaskan Universitas Mercu Buana dari segala bentuk tuntutan hukum dan saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 2 Desember 2025



**Muhamad Ridwan Maulana**

## HALAMAN SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

|                                                                                   |                                                      |                                                                                     |
|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <b>BIRO PERPUSTAKAAN<br/>UNIVERSITAS MERCU BUANA</b> |  |
|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|

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

### SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

**Nama** : MUHAMAD RIDWAN MAULANA  
**NIM** : 55122110054  
**Fakultas / Program Studi** : PASCA / Magister Manajemen  
**Jenis** : Tesis  
**Judul Tugas Akhir** : PERAN GREEN ATTITUDE DALAM MEMEDIASI PENGARUH E-WOM, GREEN PRODUCT, DAN GREEN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SUSU ORGANIK ULTRA JAYA  
**Hasil Pengecekan Turnitin** : 27%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **27%** dan dinyatakan memenuhi syarat untuk penyerahan 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, 20 February 2026  
Kepala Biro Perpustakaan



Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

**Ket:** Surat keterangan ini sebagai salah satu syarat untuk penyerahan tugas akhir.

2026/Februari/18/0000000797/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Peran Green Attitude Dalam Memediasi Pengaruh E-Wom, Green Product, Dan Green Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Susu Organik Ultra Jaya

Bentuk : Penelitian/ Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Muhamad Ridwan Maulana

NIM : 55122110054

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 2 Desember 2025

Mengesahkan  
Pembimbing

(Dr. Janfry Sihite, MM.)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi Magister Manajemen

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

(Dr. Lenny Christina Nawangsari, M.M)

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas Berkat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini dengan judul “Peran Green Attitude Dalam Memediasi Pengaruh E-Wom, Green Product, Dan Green Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Susu Organik Ultra Jaya”. Tesis ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada Dr. Janfry Sihite, MM selaku Dosen Pembimbing Tesis yang telah memberikan waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat – nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya Tesis ini. Penyusunan Tesis ini juga tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, 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 C. Nawangsari, M.M, selaku Ketua Program Studi S2 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Para dosen di FEB Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami. Semoga di hadapan Allah SWT menjadi amal jariyah Bapak/Ibu. Aamiin.
5. Teristimewa kepada istri tercinta Maria Ulpa, kedua orang tua, mertua, adik-adik, serta seluruh kerabat dan sahabat yang senantiasa memberikan semangat, doa, serta dukungan moral maupun material yang tiada henti, sekaligus menjadi sumber inspirasi dalam penyusunan tesis ini.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa tesis ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh

karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam Tesis ini. Akhir kata, penulis menyampaikan terima kasih kepada para pembaca yang telah memberikan masukan dan saran demi kesempurnaan Tesis ini selanjutnya.

Jakarta, 2 Desember 2025

Muhamad Ridwan Maulana



## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhamad Ridwan Maulana

NIM : 55122110054

Fakultas/Program Studi : FEB/ Magister Manajemen

Judul Tesis : PERAN GREEN ATTITUDE DALAM MEMEDIASI PENGARUH E-WOM, GREEN PRODUCT, DAN GREEN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SUSU ORGANIK ULTRA JAYA

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 2 Desember 2025



**Muhamad Ridwan Maulana**

**PERAN GREEN ATTITUDE DALAM MEMEDIASI PENGARUH E-WOM, GREEN PRODUCT, DAN GREEN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SUSU ORGANIK ULTRA JAYA**  
**MUHAMAD RIDWAN MAULANA**

**ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sikap masyarakat terhadap pembelian produk Susu Organik Ultra Jaya. Melalui variabel *Electronic Word Of Mouth*, *Green Product*, *Green Brand Image* terhadap *Green Purchase Decision* yang dimediasi oleh *Green Attitude* pada produk Susu Organik Ultra Jaya. Objek penelitian ini adalah seseorang yang aktif di media sosial dan bertransaksi membeli produk Susu Organik Ultra Jaya di Online. Penelitian ini dilakukan oleh 173 responden. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* untuk mengukur persepsi dan sikap sampel. *Structural Equation Model (SEM)* digunakan beserta alat analisis *SmartPLS 4.0*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) e-WOM dan Green Product berpengaruh positif dan signifikan terhadap Green Attitude, sedangkan Green Brand Image tidak berpengaruh signifikan; (2) Green Attitude berpengaruh positif dan signifikan terhadap Green Purchase Decision; (3) secara langsung, e-WOM, Green Product, dan Green Brand Image tidak berpengaruh signifikan terhadap Green Purchase Decision; (4) secara tidak langsung, Green Attitude memediasi pengaruh e-WOM dan Green Product terhadap Green Purchase Decision, namun tidak memediasi pengaruh Green Brand Image. Temuan ini menegaskan bahwa Green Attitude menjadi variabel kunci yang mampu menjembatani pengaruh faktor-faktor pemasaran hijau terhadap keputusan pembelian. Secara praktis, perusahaan perlu fokus memperkuat strategi e-WOM melalui media digital, meningkatkan kualitas Green Product dengan sertifikasi yang jelas, serta mengelola Green Brand Image melalui bukti nyata keberlanjutan agar mampu memperkuat sikap positif konsumen yang pada akhirnya mendorong keputusan pembelian.

Kata kunci: *Electronic Word of Mouth*, *Green Product*, *Green Brand Image*, *Green Attitude*, *Green Purchase Decision*

**THE ROLE OF GREEN ATTITUDE IN MEDIATING THE INFLUENCE  
OF E-WOM, GREEN PRODUCT, AND GREEN BRAND IMAGE  
ON PURCHASE DECISIONS OF ULTRA JAYA ORGANIC MILK  
PRODUCTS  
MUHAMAD RIDWAN MAULANA**

**ABSTRACT**

This study aims to investigate consumers' attitudes towards purchasing Ultra Jaya Susu organik products. It specifically examines the effect of Electronic Word of Mouth (e-WOM), Green Product, and Green Brand Image on Green Purchase Decision, with Green Attitude acting as a mediating variable on Ultra Jaya Susu organik products. The study targeted individuals who are active on social media and have purchased Ultra Jaya Susu organik products online. A total of 173 respondents participated in this study, selected using a purposive sampling technique to measure their perceptions and attitudes. The data were analyzed using the Structural Equation Model (SEM) via SmartPLS 4.0. The results reveal that: (1) e-WOM and Green Product have a positive and significant influence on Green Attitude, whereas Green Brand Image does not have a significant influence; (2) Green Attitude positively and significantly affects Green Purchase Decision; (3) directly, e-WOM, Green Product, and Green Brand Image do not significantly affect Green Purchase Decision; (4) indirectly, Green Attitude mediates the effect of e-WOM and Green Product on Green Purchase Decision, but does not mediate the effect of Green Brand Image. These findings confirm that Green Attitude is a key variable capable of bridging the influence of green marketing factors on purchasing decisions. Practically, companies should focus on strengthening e-WOM strategies through digital media, improving Green Product quality with clear certification, and managing the Green Brand Image through tangible sustainability evidence to reinforce positive consumer attitudes, which ultimately drives the purchase decision.

**Keywords:** Electronic Word of Mouth, Green Product, Green Brand Image, Green Attitude, Green Purchase Decision

## DAFTAR ISI

|                                                                                 |      |
|---------------------------------------------------------------------------------|------|
| HALAMAN SAMPUL.....                                                             | 0    |
| HALAMAN JUDUL .....                                                             | i    |
| HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....                                           | ii   |
| HALAMAN SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN.....                                | iii  |
| HALAMAN PENGESAHAN.....                                                         | iv   |
| KATA PENGANTAR.....                                                             | v    |
| HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS<br>AKHIR DI REPOSITORI UMB ..... | vii  |
| ABSTRAK .....                                                                   | viii |
| ABSTRACT .....                                                                  | ix   |
| DAFTAR ISI.....                                                                 | x    |
| DAFTAR TABEL .....                                                              | xii  |
| DAFTAR GAMBAR.....                                                              | xiv  |
| BAB I PENDAHULUAN.....                                                          | 1    |
| 1.1. Latar Belakang Masalah.....                                                | 1    |
| 1.2. Identifikasi Masalah .....                                                 | 12   |
| 1.3. Rumusan Masalah .....                                                      | 13   |
| 1.4. Tujuan Penelitian.....                                                     | 14   |
| 1.5. Kontribusi Penelitian .....                                                | 15   |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....                           | 17   |
| 2.1. Kajian Teori.....                                                          | 17   |
| 2.2 Penelitian Terdahulu.....                                                   | 36   |
| 2.3 Pengembangan Hipotesis dan Hubungan Antara Variabel .....                   | 49   |
| 2.4 Kerangka Konseptual .....                                                   | 55   |
| BAB III METODE PENELITIAN .....                                                 | 57   |

|                                                          |            |
|----------------------------------------------------------|------------|
| 3.1. Desain Penelitian .....                             | 57         |
| 3.2. Definisi dan Operasionalisasi Variabel .....        | 58         |
| 3.3. Populasi dan Sampel .....                           | 64         |
| 3.4. Metode Pengumpulan Data .....                       | 66         |
| 3.5. Metode Analisis Data .....                          | 67         |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>                 | <b>79</b>  |
| 4.1. Gambaran Umum Object Penelitian.....                | 79         |
| 4.2 Analisis Data .....                                  | 80         |
| 4.3. Deskripsi Variabel .....                            | 85         |
| 4.4. Hasil Analisis Data Partial Least Square (PLS)..... | 91         |
| 4.5. Pembahasan.....                                     | 104        |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>                  | <b>117</b> |
| 5.1 Kesimpulan.....                                      | 117        |
| 5.2 Saran.....                                           | 118        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                               | <b>122</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>                                     | <b>126</b> |

  
 UNIVERSITAS  
 MERCU BUANA

## DAFTAR TABEL

|                                                                                                    |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1. 1 Tabel Pra Survey .....                                                                  | 8  |
| Tabel 1. 2 Tabel research gap .....                                                                | 10 |
| Tabel 2. 1 Perbedaan antara tradisional dan Electronic Word of Mouth .....                         | 30 |
| Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu .....                                                              | 36 |
| Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....                                                               | 61 |
| Tabel 3. 2 Skala Likert .....                                                                      | 64 |
| Tabel 3. 3 Nilai Konversi Mean.....                                                                | 69 |
| Tabel 3. 4 Ringkasan Rule of Thumbs Evaluasi Model Pengukuran .....                                | 73 |
| Tabel 3. 5 Ringkasan Kriteria Evaluasi Model Struktural (Inner Model).....                         | 75 |
| Tabel 4. 1 Jenis Kelamin .....                                                                     | 81 |
| Tabel 4. 2 Umur .....                                                                              | 82 |
| Tabel 4. 3 Domisili.....                                                                           | 82 |
| Tabel 4. 4 Jenis Pekerjaan.....                                                                    | 84 |
| Tabel 4. 5 Pendapatan Responden .....                                                              | 85 |
| Tabel 4. 6 Karakteristik Kuesioner berdasarkan Electronic Word Of Mouth.....                       | 86 |
| Tabel 4. 7 Karakteristik Kuesioner berdasarkan Green Product.....                                  | 87 |
| Tabel 4. 8 Karakteristik Kuesioner berdasarkan Green Brand Image .....                             | 88 |
| Tabel 4. 9 Hasil Uji Statistik Deskriptif Green Attitude.....                                      | 90 |
| Tabel 4. 10 Hasil Uji Statistik Deskriptif Green Purchase Decision .....                           | 91 |
| Tabel 4. 11 Hasil Pengujian Convergent Validity .....                                              | 94 |
| Tabel 4. 12 Hasil Outer Loading , AVE, Cronbach Alpha, Composite Reliability<br>(Modifikasi) ..... | 96 |
| Tabel 4. 13 Hasil Pengujian Fornell Larcker Critetion .....                                        | 97 |

|                                                               |     |
|---------------------------------------------------------------|-----|
| Tabel 4. 14 Hasil Pengujian Heterotrait-Monotrait (HTMT)..... | 98  |
| Tabel 4. 15 Hasil Uji Collinearity Analisis VIF .....         | 98  |
| Tabel 4. 16 Hasil Uji Nilai R-Square (R2).....                | 100 |
| Tabel 4. 17 Uji Q2 LV Prediction Summary .....                | 101 |
| Tabel 4. 18 Hasil Uji f2.....                                 | 101 |
| Tabel 4. 19 Hasil Pengujian Hipotesis .....                   | 103 |



## DAFTAR GAMBAR

|                                                                         |     |
|-------------------------------------------------------------------------|-----|
| Gambar 1. 1 Produk Green yang Banyak digunakan Konsumen Indonesia ..... | 3   |
| Gambar 1. 2 Market Share Susu UHT di Indonesia .....                    | 7   |
| Gambar 2. 1 Theory Of Planned Behavior (TPB).....                       | 19  |
| Gambar 2. 2 SOR Theory.....                                             | 21  |
| Gambar 2. 3 Proses Keputusan Pembelian .....                            | 24  |
| Gambar 2. 4 Kerangka Konseptual .....                                   | 55  |
| Gambar 3. 1 Penjelasan mengenai Mediasi .....                           | 60  |
| Gambar 3. 2 Karakteristik Mediasi .....                                 | 78  |
| Gambar 4. 1 Hasil algoritama PLS .....                                  | 93  |
| Gambar 4. 2 Hasil algoritama PLS (Modifikasi) .....                     | 95  |
| Gambar 4. 3 Hasil Pengujian Bootstrapping.....                          | 103 |