



**ANALISIS CITRA KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA,
DAN NILAI PENDAPATAN DENGAN VARIABEL MEDIASI
GREEN CONSUMER BEHAVIOUR TERHADAP DETERMINASI
KEPUTUSAN PEMBELIAN EMAS ANTAM**



EDWARD CHRISTIAN
55123120065

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2026**



**ANALISIS CITRA KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA,
DAN NILAI PENDAPATAN DENGAN VARIABEL MEDIASI
GREEN CONSUMER BEHAVIOUR TERHADAP DETERMINASI
KEPUTUSAN PEMBELIAN EMAS ANTAM**

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan
Program Studi Magister Manajemen

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
EDWARD CHRISTIAN
55123120065

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2026**

LEMBAR PERNYATAAN

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

Judul : Analisis Citra Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Nilai Pendapatan Dengan Variabel Mediasi *Green Consumer Behaviour* Terhadap Determinasi Keputusan Pembelian Emas ANTAM

Bentuk Tesis : Penelitian/Kajian Masalah Pemasaran

Nama : Edward Christian

NIM : 55123120065

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 5 Februari 2026

merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Program Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar 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.

Jakarta, 5 Februari 2026

Yang memberi pernyataan,



Edward Christian
NIM. 55123120065

	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 : EDWARD CHRISTIAN
NIM : 55123120065
Fakultas / Program Studi : PASCA / Magister Manajemen
Jenis : Tesis
Judul Tugas Akhir : ANALISIS CITRA KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN NILAI
 PENDAPATAN DENGAN VARIABEL MEDIASI GREEN CONSUMER
 BEHAVIOUR TERHADAP DETERMINASI KEPUTUSAN PEMBELIAN EMAS
 ANTAM
Hasil Pengecekan Turnitin : 29%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **29%** 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.

Jakarta, 18 February 2026

Kepala Biro Perpustakaan

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

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

2026/Februari/18/0000000794/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Analisis Citra Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan
Nilai Pendapatan Dengan Variabel Mediasi *Green
Consumer Behaviour* Terhadap Determinasi
Keputusan Pembelian Emas ANTAM

Bentuk Tesis : Penelitian/Kajian Masalah Pemasaran

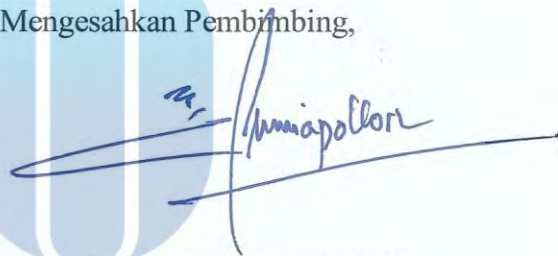
Nama : Edward Christian

NIM : 55123120065

Program : Magister Manajemen

Tanggal : Februari 2026

Mengesahkan Pembimbing,



(Dr. Afriapollo Syafarudin, SE, MM)

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis, Ketua Program Studi Magister Manajemen,



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



(Dr. Lenny Christina Nawangsari, ST, MM)

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa dan atas limpahan rahmat dan karunia, penulis berhasil menyelesaikan Tesis ini dengan judul Analisis Citra Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Nilai Pendapatan Dengan Variabel Mediasi *Green Consumer Behaviour* Terhadap Determinasi Keputusan Pembelian Emas ANTAM. Tesis ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada Bapak Dr. Afriapollo Syafarudin, SE, MM selaku Dosen Pembimbing Tesis yang telah memberikan waktu, bimbingan, dan pengetahuan yang sangat bermanfaat hingga terselesaikannya Tesis ini. Dalam kesempatan ini penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Tesis ini terutama 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 Christina Nawangsari, ST, MM selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.
4. Dr. Adi Nurmahdi, MBA dan Dr. Achmad Fachrodji, MM selaku Dosen Penelaah yang telah memberi masukan berharga untuk penyusunan Tesis.
5. Rekan sejawat mahasiswa angkatan 2023 Reguler 2 Magister Manajemen Universitas Mercu Buana Kampus Meruya.
6. Teristimewa, istri tercinta dan kedua anak tersayang yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dalam menyelesaikan Tesis ini.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini tidak lepas dari ketidaksempurnaan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam Tesis ini.

Akhir kata, semoga Tesis ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 5 Februari 2026



Edward Christian

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

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

Nama : Edward Christian
NIM : 55123120065
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis / Magister Manajemen
Judul Tesis : Analisis Citra Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Nilai Pendapatan Dengan Variabel Mediasi *Green Consumer Behaviour* Terhadap Determinasi Keputusan Pembelian Emas ANTAM

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, 5 Februari 2026

Yang menyatakan,



(Edward Christian)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Analisis Citra Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Nilai Pendapatan dengan Variabel Mediasi *Green consumer behaviour* Terhadap Determinasi Keputusan Pembelian Emas ANTAM. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada meningkatnya kesadaran konsumen terhadap pengetahuan investasi yang berkualitas, isu keberlanjutan dan preferensi terhadap produk ramah lingkungan. Studi ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan *Structural Equation Modeling-Partial Least Square* (SEM-PLS) untuk menganalisis data dari 204 responden yang merupakan individu dengan pengalaman membeli atau berencana membeli emas batangan ANTAM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *green consumer behaviour* terbukti memediasi secara parsial hubungan antara citra kualitas produk, persepsi harga, dan nilai pendapatan terhadap keputusan pembelian emas ANTAM. Selain itu, citra kualitas produk, persepsi harga, dan nilai pendapatan memiliki pengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap keputusan pembelian emas ANTAM. Temuan ini mengindikasikan bahwa dalam konteks pembelian produk investasi seperti emas, konsumen tidak hanya mempertimbangkan nilai ekonomis dan harga produk, tetapi juga pengetahuan investasi dan nilai keberlanjutan. Studi ini memberikan implikasi praktis bagi produsen emas, khususnya ANTAM, untuk meningkatkan keunggulan kompetitif melalui strategi pemasaran yang menonjolkan kualitas, transparansi harga, dan pendekatan berbasis keberlanjutan guna menarik konsumen yang sadar lingkungan.

Keywords: *Citra Kualitas Produk, Persepsi Harga, Nilai Pendapatan, Green consumer behaviour, Keputusan Pembelian, Emas ANTAM.*

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of product quality images, price perception, and income value on the purchase decision of ANTAM gold bullion, with green consumer behaviour as a mediating variable. The background of this research is based on the growing consumer awareness of investment knowledge and sustainability issues. The study employs a quantitative method with a Partial Least Squares - Structural Equation Modeling (PLS-SEM) approach to analyze data from 204 respondents, consisting of individuals who have experience purchasing or planning to purchase ANTAM gold bullion. The results indicate that green consumer behaviour is proven to partially mediate the relationship between perceived product quality, price perception, and income value toward the purchase decision of ANTAM gold. In direct relationship, perceived product quality, price perception, and income value have also a positive and significant influence on the purchase decision of ANTAM gold. These findings suggest that in the context of purchasing investment products such as gold, consumers consider not only economic value but also sustainability values. This study provides practical implications for gold producers, especially ANTAM, to enhance their competitive advantage through marketing strategies that highlight product quality, price transparency, and sustainability-based approaches to attract environmentally conscious consumers.

Keywords: *Product Quality Image, Price Perception, Income Value, Green consumer behaviour, Purchase Decision, ANTAM Gold.*

U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A

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 AKHIR DI REPOSITORI UMB	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Rumusan Masalah.....	28
1.3. Tujuan Penelitian	28
1.4. Kontribusi Penelitian	29
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	31
2.1. Kajian Teori	31
2.2. Penelitian Terdahulu	66
2.3. Pengembangan Hipotesis	74
BAB III METODE PENELITIAN	88
3.1 Desain Penelitian	88
3.2 Definisi dan Operasional Variabel.....	90
3.3 Populasi dan Sampel.....	99
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	102
3.5 Metode Analisis Data.....	104
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	120

4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	120
4.2. Statistik Deskriptif	122
4.3. Hasil Analisis Data SEM PLS	140
4.4. Pengujian Hipotesis	165
4.5. Pembahasan	174
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	196
5.1 Kesimpulan	196
5.2 Saran	204
DAFTAR PUSTAKA	209
LAMPIRAN.....	213



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Pra Survei Faktor Keputusan Pembelian Konsumen.....	14
Tabel 2.1 Rangkuman Penelitian Terdahulu.....	66
Tabel 3.1 Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	94
Tabel 3.2 Kriteria Skor Penilaian Jawaban Responden	103
Tabel 3.3 Interpretasi Nilai R^2	117
Tabel 3.4 Interpretasi Nilai f^2	118
Tabel 4.3 Karakteristik Responden	123
Tabel 4.2 Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	124
Tabel 4.3 Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Usia	124
Tabel 4.4 Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Pendidikan.....	126
Tabel 4.5 Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Pendapatan	127
Tabel 4.6 Jumlah dan Persentase Waktu Bekerja Responden.....	129
Tabel 4.7 Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Pekerjaan	131
Tabel 4.8 Jumlah dan Persentase Tempat Tinggal Responden	132
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi / Variabel Kualitas X1	133
Tabel 4.10 Distribusi Frekuensi / Variabel Kualitas X2	134
Tabel 4.11 Distribusi Frekuensi / Variabel Kualitas X3	135
Tabel 4.12 Distribusi Frekuensi / Variabel Kualitas Z	137
Tabel 4.13 Distribusi Frekuensi / Variabel Kualitas Y	139
Tabel 4.14 Hasil Pengujian <i>Outer Loading</i>	144
Tabel 4.15 Hasil Pengujian <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	145
Tabel 4.16 Hasil Pengujian HTMT (Heterotrait-Monotrait Ratio).....	149
Tabel 4.17 Hasil Pengujian Fornell Larcker	150
Tabel 4.18 Hasil Pengujian <i>Cross Loading</i>	152
Tabel 4.19 Hasil Pengujian Cronbach's Alpha dan <i>Composite Reliability</i>	155
Tabel 4.20 Nilai <i>R-Square</i> (R^2).....	157
Tabel 4.21 Nilai <i>f-Square</i> (f^2)	159
Tabel 4.22 Nilai Q^2	160
Tabel 4.23 Nilai VIF	162
Tabel 4.24 Nilai SRMR	164
Tabel 4.26 Nilai Koefisien Jalur Pengaruh Tidak Langsung	167
Tabel 4.25 Nilai Koefisien Jalur Pengaruh Langsung	170

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Permintaan Emas Dunia	2
Gambar 1.2. Perbandingan Harga Emas Bulan Mei - Juli 2025	3
Gambar 1.3. Perkembangan Harga Emas ANTAM Tahun 2020 - 2025	4
Gambar 1.4. Rating ESG ANTAM	7
Gambar 1.5. Identifikasi Logam Mulia ANTAM	10
Gambar 1.6. Volume Produksi & Penjualan Emas ANTAM 2019 - 2024	11
Gambar 1.7. Lokasi Butik Emas ANTAM	12
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian	87
Gambar 4.1. Output Outer model	143
Gambar 4.2. Output Hipotesis	166



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 : KERANGKA PEMIKIRAN PENELITIAN.....	213
LAMPIRAN 2 : KUESIONER PRE SURVEI	214
LAMPIRAN 3 : KUESIONER.....	216
LAMPIRAN 4 : DATA KUESIONER.....	220
LAMPIRAN 5 : RIWAYAT HIDUP.....	223

