



**PENGARUH *GREEN MARKETING STRATEGY* DAN
POSITIONING INDUSTRI PENERBANGAN TIMOR-LESTE
TERHADAP STANDAR MRV INTERNASIONAL DENGAN
COMPETITIVE ADVANTAGE SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
MUHAMMAD AGUNG INDRA BAKTI
55124110082

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2026**



**PENGARUH *GREEN MARKETING STRATEGY* DAN
POSITIONING INDUSTRI PENERBANGAN TIMOR-LESTE
TERHADAP STANDAR MRV INTERNASIONAL DENGAN
COMPETITIVE ADVANTAGE SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan
Program Studi Magister Manajemen

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Muhammad Agung Indra Bakti
55124110082

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2026**

LEMBAR PERNYATAAN

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

Judul : Pengaruh *Green Marketing Strategy* Dan *Positioning* Industri Penerbangan Timor-Leste Terhadap Standar MRV Internasional Dengan *Competitive Advantage* Sebagai Variabel Mediasi

Bentuk : Penelitian

Nama : Muhammad Agung Indra Bakti

NIM : 55124110082

Program Studi : Magister Manajemen

Tanggal : 26 Februari 2026

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.

Jakarta, 26 Februari 2026



(Muhammad Agung Indra Bakti)

 UNIVERSITAS MERCU BUANA	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 : MUHAMMAD AGUNG INDRA BAKTI
NIM : 55124110082
Fakultas / Program Studi : PASCA / Magister Manajemen
Jenis : Tesis
Judul Tugas Akhir : PENGARUH GREEN MARKETING STRATEGY DAN POSITIONING
 INDUSTRI PENERBANGAN TIMOR-LESTE TERHADAP STANDAR MRV
 INTERNASIONAL DENGAN COMPETITIVE ADVANTAGE SEBAGAI
 VARIABEL MEDIASI
Hasil Pengecekan Turnitin : 19%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **19%** 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, 26 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/26/0000000854/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *Green Marketing Strategy* Dan *Positioning* Industri Penerbangan Timor-Leste Terhadap Standar MRV Internasional Dengan *Competitive Advantage* Sebagai Variabel Mediasi

Bentuk Tesis : Penelitian / Kajian Masalah Kebijakan

Nama : Muhammad Agung Indra Bakti

NIM : 55124110082

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 26 Februari 2026

Mengesahkan

Pembimbing


UNIVERSITAS
MERCU BUANA
(Dr. Catur Widayati, M.M)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi Magister Manajemen



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



(Dr. Lenny C. Nawangsari, M.M)

KATA PENGANTAR

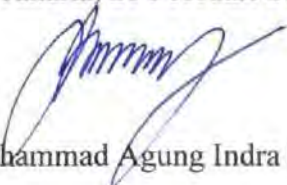
Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis berjudul **“Pengaruh *Green Marketing Strategy* Dan *Positioning* Industri Penerbangan Timor-Leste Terhadap Standar MRV Internasional Dengan *Competitive Advantage* Sebagai Variabel Mediasi”**. Tesis ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada Dr. Catur Widiyati, SE, MM selaku Dosen Pembimbing Tesis atas bimbingan, waktu, semangat, ilmu, dan nasihat yang sangat berharga hingga tesis ini terselesaikan. Dalam kesempatan ini penulis juga ingin berterima kasih pada 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. Teman, rekan, ataupun Masyarakat umum yang telah bersedia menjadi responden pada penelitian ini.
5. Kedua orang tua dan sahabat yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada hentinya kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan tesis ini.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Oleh karena itu, penulis terbuka terhadap saran dan kritik yang membangun. Dengan tulus, penulis juga memohon maaf atas segala kekurangan dalam tesis ini. Semoga karya ini bermanfaat dan menambah wawasan, baik bagi penulis maupun pembaca

Jakarta, 26 Februari 2026



Muhammad Agung Indra Bakti

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

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

Nama : Muhammad Agung Indra Bakti
NIM : 55124110082
Fakultas/Program Studi : Magister Manajemen
Judul Tesis : Pengaruh *Green Marketing Strategy* Dan *Positioning* Industri Penerbangan Timor-Leste Terhadap Standar MRV Internasional Dengan *Competitive Advantage* Sebagai Variabel Mediasi

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, mengalih media/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, 26 Februari 2026
Yang Menyatakan,

Muhammad Agung Indra Bakti



PENGARUH *GREEN MARKETING STRATEGY* DAN *POSITIONING* INDUSTRI PENERBANGAN TIMOR-LESTE TERHADAP STANDAR MRV INTERNASIONAL DENGAN *COMPETITIVE ADVANTAGE* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

MUHAMMAD AGUNG INDRA BAKTI

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Green Marketing Strategy* dan *Positioning* terhadap *Standar Monitoring, Reporting, and Verification (MRV)* Internasional pada industri penerbangan Timor-Leste dengan *Competitive Advantage* sebagai variabel mediasi. 50 jurnal ilmiah terakreditasi yang relevan dengan variabel digunakan. Kajian ini diperkuat oleh Dimitriou dan Karagkouni (2022) serta Alnasser dan Alhijris (2025). Keduanya menjadi representasi utama dalam membangun kerangka konseptual penelitian. Populasi terdiri dari pelaku dan pemangku kepentingan industri penerbangan di Timor-Leste. Penentuan jumlah sampel mengacu pada ketentuan minimal lima kali jumlah indikator penelitian, sehingga dengan 22 indikator diperoleh 110 responden sebagai sampel. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* untuk memastikan responden memiliki pengetahuan yang relevan. Data dikumpulkan melalui kuesioner online menggunakan *Google Form* dengan instrumen pernyataan berskala Likert. Analisis data menggunakan metode *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Hasil penelitian menunjukkan, *Green Marketing Strategy* tidak berpengaruh signifikan terhadap Standar MRV Internasional maupun *Competitive Advantage*. *Positioning* tidak berpengaruh langsung terhadap Standar MRV Internasional, berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Competitive Advantage*. *Competitive Advantage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Standar MRV Internasional serta memediasi penuh hubungan *Positioning* dan Standar MRV Internasional. Temuan menunjukkan, penerapan MRV lebih efektif apabila dikaitkan dengan penciptaan *Competitive Advantage* melalui efisiensi operasional dan penguatan *positioning* dalam konteks regulasi lingkungan global.

Kata Kunci: *Green Marketing Strategy*, *Positioning*, *Competitive Advantage*, Standar MRV Internasional, Penerbangan

**THE INFLUENCE OF GREEN MARKETING STRATEGY AND
POSITIONING OF THE TIMOR-LESTE AVIATION INDUSTRY ON
INTERNATIONAL MRV STANDARDS WITH COMPETITIVE
ADVANTAGE AS A MEDIATING VARIABLE**

MUHAMMAD AGUNG INDRA BAKTI

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Green Marketing Strategy and Positioning on International Monitoring, Reporting, and Verification (MRV) Standards in the Timor-Leste aviation industry, with Competitive Advantage as a mediating variable. A total of 50 accredited scientific journals relevant to the research variables were utilized. The conceptual framework is primarily supported by Dimitriou and Karagkouni (2022) and Alnasser and Alhijris (2025). These studies serve as the main references in constructing the theoretical foundation of this research. The population consists of aviation industry actors and stakeholders in Timor-Leste. The sample size was determined based on the minimum requirement of five times the number of research indicators; thus, with 22 indicators, 110 respondents were obtained. Purposive sampling was employed to ensure respondents possessed relevant knowledge. Data were collected through an online questionnaire using Google Forms with Likert-scale statements. Data analysis was conducted using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). The findings indicate that Green Marketing Strategy does not have a significant effect on International MRV Standards nor on Competitive Advantage. Positioning does not directly affect International MRV Standards but has a positive and significant effect on Competitive Advantage. Competitive Advantage has a positive and significant effect on International MRV Standards and fully mediates the relationship between Positioning and International MRV Standards. The results suggest that MRV implementation becomes more effective when linked to the creation of Competitive Advantage through operational efficiency and strengthened positioning within the context of global environmental regulation.

Keywords: *Green Marketing Strategy, Positioning, Competitive Advantage, International MRV Standard, Aviation*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	0
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
PERNYATAAN PENGECEKAN PLAGIASI (<i>SIMILARITY</i>)	
KARYA ILMIAH	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
TUGAS AKHIR DI REPOSITORY UMB	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Rumusan Masalah	17
1.3. Tujuan Penelitian	18
1.4. Kontribusi Penelitian.....	18
1.4.1 Kontribusi Teoritis	19
1.4.2. Kontribusi Praktis	19
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	20
2.1. Kajian Teori	20
2.1.1. <i>Sustainable Development Goals (SDGs)</i>	20
2.1.2. <i>Standard MRV International</i>	23
2.1.3. <i>Green Marketing Strategy</i>	25
2.1.4. <i>Positioning</i>	27
2.1.5. <i>Competitive Advantage</i>	29
2.2. Penelitian Terdahulu	30
2.3. Pengembangan Hipotesa Antar Variabel	38
2.3.1. Pengaruh <i>Green Marketing Strategy</i> terhadap Standar MRV Internasional.....	38
2.3.2. Pengaruh <i>Positioning</i> terhadap Standar MRV Internasional	39
2.3.3. Pengaruh <i>Green Marketing Strategy</i> terhadap <i>Competitive Advantage</i>	40
2.3.4. Pengaruh <i>Positioning</i> terhadap <i>Competitive Advantage</i>	41
2.3.5. Pengaruh <i>Competitive Advantage</i> terhadap Standar MRV Internasional.....	41

2.3.6.	Pengaruh <i>Competitive Advantage</i> dalam Memediasi Hubungan antara <i>Green Marketing Strategy</i> terhadap Standar MRV Internasional.....	42
2.3.7.	Pengaruh <i>Competitive Advantage</i> dalam Memediasi Hubungan antara <i>Positioning</i> terhadap Standar MRV Internasional.....	43
2.4.	Kerangka Konseptual	43
BAB III METODE PENELITIAN		45
3.1.	Desain Penelitian.....	45
3.2.	Definisi dan Operasional Variabel	46
	Sumber: Diolah Peneliti dari berbagai sumber (2025).....	48
3.3.	Pengukuran Sampel.....	48
3.4.	Populasi dan Sampel	49
3.4.1.	Populasi.....	49
3.4.2.	Sampel.....	49
3.5.	Metode Pengumpulan Data.....	50
3.6.	Metode Analisis Data.....	51
3.6.1.	Analisis Deskriptif	51
3.6.2.	<i>Partial Least Square</i>	52
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN		59
4.1.	Gambaran Umum Industri Penerbangan Timor Leste	59
4.2.	Analisis Deskriptif	66
4.2.1.	Karakteristik Responden	66
4.2.2.	Deskriptif Jawaban Responden	74
4.3.	Hasil Uji Kualitas Data	79
4.3.1.	Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	87
4.4.	Pembahasan.....	93
4.4.1.	Pengaruh <i>Green Marketing Strategy</i> terhadap Standar <i>Measurement, Reporting, and Verification</i> Internasional pada Industri Penerbangan di Timor-Leste.....	97
4.4.2.	Pengaruh <i>Positioning</i> terhadap Standar <i>Measurement, Reporting, and Verification</i> Internasional pada Industri Penerbangan di Timor-Leste.....	100
4.4.3.	Pengaruh <i>Green Marketing Strategy</i> terhadap <i>Competitive Advantage</i> pada Industri Penerbangan di Timor-Leste	103
4.4.4.	Pengaruh <i>Positioning</i> terhadap <i>Competitive Advantage</i> pada Industri Penerbangan di Timor-Leste	105
4.4.5.	Pengaruh <i>Competitive Advantage</i> terhadap Standar <i>Measurement, Reporting, and Verification</i> Internasional pada Industri Penerbangan di Timor-Leste	108

4.4.6.	Peran Mediasi <i>Competitive Advantage</i> dalam Hubungan antara <i>Green Marketing Strategy</i> dan Standar <i>Measurement, Reporting, and Verification</i> Internasional pada Industri Penerbangan di Timor-Leste	111
4.4.7.	Peran Mediasi <i>Competitive Advantage</i> dalam Hubungan antara <i>Positioning</i> dan Standar <i>Measurement, Reporting, and Verification</i> Internasional pada Industri Penerbangan di Timor-Leste	113
BAB V KESIMPULAN		116
1.1.	Kesimpulan.....	116
5.2.	Saran Teknis.....	117
DAFTAR PUSTAKA		119
LAMPIRAN		128



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Pernyataan Pada Pra-Survey	13
Tabel 1.2 Hasil Pra-Survei	14
Tabel 2.1. Tabel Penelitian Terdahulu	30
Tabel 3.1. Tabel Operasional Variabel	47
Tabel 3.2 <i>Rule of Thumb</i> Validitas Konvergen dan Diskriminan	54
Tabel 3.3 <i>Rule of Thumb</i> Reliabilitas Konstruk	54
Tabel 3.4 <i>Rule of Thumb</i> Model Struktural (Inner Model)	56
Tabel 4.1. Data Emisi Karbon Dunia	61
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	67
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	68
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	68
Tabel 4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jabatan Pekerjaan	70
Tabel 4.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	71
Tabel 4.7. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Bekerja	72
Tabel 4.8. Tabel Deskriptif Variabel <i>Green Marketing Strategy</i>	74
Tabel 4.9. Tabel Deskriptif Variabel <i>Positioning</i>	75
Tabel 4.10. Tabel Deskriptif Variabel Standar MRV Internasional	77
Tabel 4.11. Tabel Deskriptif Variabel <i>Competitive Advantage</i>	78
Tabel 4.12. Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	80
Tabel 4.13. Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi)	82
Tabel 4.14. Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Cross Loadings)</i>	83
Tabel 4.15. Hasil Pengujian AVE	85
Tabel 4.16. Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Fornell Lacker Criterium)</i>	85
Tabel 4.17. Tabel <i>Construct Reliability and Validity</i>	86
Tabel 4.18. Nilai R^2 Variabel Endogen	87
Tabel 4.19. Hasil Pengujian Model Fit	88
Tabel 4.20. Hasil Pengujian Blindfolding	89
Tabel 4.21. Hasil Pengujian PLS-Predict	90
Tabel 4.22. Hasil Pengujian Hipotesis	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Konseptual	43
Gambar 4.1. Hasil Algoritma PLS	81
Gambar 4.2. Hasil Algoritma PLS (Modifikasi)	83
Gambar 4.3. Hasil Algoritma PLS (Modifikasi)	93



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1: KUESIONER PRA-SURVEY.....	128
LAMPIRAN 2: KUESIONER PENELITIAN.....	130
LAMPIRAN 3: HASIL OLAH DATA SMARTPLS	135
LAMPIRAN 4: BUKTI PENELITIAN	140

