



**Pengaruh Inovasi Produk Dan Implementasi Green Marketing
Terhadap Keputusan Pembelian Produk Multimedia Ramah
Lingkungan Dengan Regulasi Pemerintah Sebagai Variabel
Mediasi**

TESIS

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

NOVI ANDRIYANSYAH

55123120035

PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2026



**Pengaruh Inovasi Produk Dan Implementasi Green Marketing
Terhadap Keputusan Pembelian Produk Multimedia Ramah
Lingkungan Dengan Regulasi Pemerintah Sebagai Variabel
Mediasi**

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan
Program Studi Magister Manajemen

MERCU BUANA

NOVI ANDRIYANSYAH

55123120035

PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2026

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Novi Andriyansyah
NIM : 55123120035
Fakultas/ Program Studi : Fakultas Ekonomi & Bisnis/ Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa tesis ini berjudul “Pengaruh Inovasi Produk Dan Implementasi Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Multimedia Ramah Lingkungan Dengan Regulasi Pemerintah Sebagai Variabel Mediasi” adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau hak dari pihak manapun.

Apabila dikemudian 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.

Jakarta, Maret 2026



Novi Andriyansyah

	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 : NOVI ANDRIYANSYAH
NIM : 55123120035
Fakultas / Program Studi : PASCA / Magister Manajemen
Jenis : Tesis
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Inovasi Produk Dan Implementasi Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Multimedia Ramah Lingkungan Dengan Regulasi Pemerintah Sebagai Variabel Mediasi
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.

Jakarta, 03 March 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/Maret/03/0000000874/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Inovasi Produk Dan Implementasi Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Multimedia Ramah Lingkungan Dengan Regulasi Pemerintah Sebagai Variabel Mediasi

Bentuk Tesis : Penelitian/Kajian Masalah

Nama : Novi Andriyansyah

NIM : 55123120035

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 25 Februari 2026

Mengesahkan,
Pembimbing



(Dr. Catur Widayati, SE, MM.)

UNIVERSITAS

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi Magister



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



(Dr. Lenny Christina Nawangsari, MM)

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, kami dapat menyelesaikan penelitian dan penulisan tesis dengan judul “Pengaruh Inovasi Produk Dan Implementasi Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Multimedia Ramah Lingkungan Dengan Regulasi Pemerintah Sebagai Variabel Mediasi”. penelitian ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

Terima kasih kepada pembimbing saya yaitu Ibu Dr. Catur Widayati, SE., MM., yang telah memberikan arahan, bimbingan, saran, dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti. Selain itu, Penulis menyadari bahwa penyusunan tesis ini tidak akan terlaksana tanpa dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Andi Adriansyah, M.Eng., Rektor Universitas Mercu Buana Jakarta.
2. Dr. Nurul Hidayah, S.E., M.Si., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana Jakarta.
3. Dr. Lenny Christina Nawangsari, MM., Kepala Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana Jakarta.
4. Dr. Aldina Shiratina, M.Si., selaku ketua penguji ujian akhir Tesis, yang telah memberikan masukan yang sangat berarti untuk perbaikan Tesis ini.
5. Dr. Andyan Pradipta Utama, SE., MM., selaku dosen penguji ujian akhir Tesis, yang telah memberikan masukan dan saran agar Tesis ini menjadi lebih baik.
6. Kedua orang tua saya Almarhum Juriyadi dan Ibu Nurjanah dengan ucapan terima kasih yang tak terhingga sehingga saya sampai di tahap sekarang.
7. Istri saya tercinta Almarhumah Titik Suryani S.Pd., dan keluarga kecil saya.
8. Manajemen, Partner dan Konsumen CV. Suvana Solusi Mandiri yang telah bekerja sama dalam penelitian ini dan bersedia menjadi responden.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari sempurna. oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun dari para pembaca sangat penulis harapkan untuk perbaikan di masa mendatang. Penulis berharap hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dan memberikan wawasan yang lebih luas mengenai pentingnya keberlanjutan dalam dunia bisnis.

Jakarta, 01 Februari 2026



Novi Andriyansyah, S.Kom

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TESIS DI REPOSITORI UMB**

Sebagai sivitas akademis Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Novi Andriyansyah
NIM : 55123120035
Fakultas/ Program Studi : Fakultas Ekonomi & Bisnis/ Manajemen
Judul Tesis : Pengaruh Inovasi Produk Dan Implementasi Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Multimedia Ramah Lingkungan Dengan Regulasi Pemerintah Sebagai Variabel Mediasi

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

Dengan hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengahlimedia/ format-kan, mengelola dalam bentuk perangkat 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.

UNIVERSITA
MERCU BUA

Jakarta, Maret 2026

Yang menyatakan,



Novi Andriyansyah

ABSTRAK

Nama : Novi Andriyansyah
NIM : 55123120035
Judul : Pengaruh Inovasi Produk Dan Implementasi Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Multimedia Ramah Lingkungan Dengan Regulasi Pemerintah Sebagai Variabel Mediasi

Suvana Solusi Mandiri yang bergerak di bidang sistem integrasi teknologi informasi. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan explanatory research menggunakan model mediasi untuk menjelaskan hubungan antar variabel. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebar kepada 160 responden konsumen CV. Suvana Solusi Mandiri yang berada di wilayah Jabodetabek menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria tertentu. Analisis data dilakukan dengan Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) untuk menguji hubungan kausal dan efek mediasi antar variabel penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk ramah lingkungan pada konsumen. Implementasi green marketing berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk ramah lingkungan di perusahaan tersebut. Inovasi produk berpengaruh positif signifikan terhadap regulasi pemerintah yang berlaku di Indonesia. Implementasi green marketing berpengaruh positif signifikan terhadap regulasi pemerintah dalam mendorong keberlanjutan. Regulasi pemerintah berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk ramah lingkungan среди konsumen. Regulasi pemerintah mampu memediasi secara parsial pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembelian produk ramah lingkungan. Namun, regulasi pemerintah tidak mampu memediasi pengaruh implementasi green marketing terhadap keputusan pembelian produk ramah lingkungan karena nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05. Implikasi penelitian ini memberikan wawasan bagi perusahaan untuk meningkatkan inovasi produk hijau dan strategi green marketing guna mendorong keputusan pembelian konsumen secara optimal. Selain itu, penelitian ini juga memberikan kontribusi bagi pemerintah dalam merumuskan kebijakan regulasi yang mendukung perkembangan produk ramah lingkungan di Indonesia secara efektif dan berkelanjutan.

Kata kunci: Inovasi produk, green marketing, regulasi pemerintah, keputusan pembelian, Multimedia.

ABSTRACT

Nama : Novi Andriyansyah
NIM : 55123120035
Title : *The Implementation of Green Marketing and Product Innovation on Purchasing Decisions for Environmentally Friendly Multimedia Products with Government Regulations as Mediation*

Suvana Solusi Mandiri which operates in the field of information technology integration systems. The research method used is quantitative with an explanatory research approach using a mediation model to explain the relationship between variables. Data were collected through questionnaires distributed to 160 consumer respondents of CV. Suvana Solusi Mandiri located in the Greater Jakarta area using a purposive sampling technique with certain criteria. Data analysis was carried out using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) to test the causal relationship and mediation effects between research variables. The results of the study indicate that product innovation has a significant positive effect on consumer purchasing decisions for environmentally friendly products. The implementation of green marketing has a significant positive effect on purchasing decisions for environmentally friendly products in the company. Product innovation has a significant positive effect on government regulations in force in Indonesia. The implementation of green marketing has a significant positive effect on government regulations in encouraging sustainability. Government regulations have a significant positive effect on consumer purchasing decisions for environmentally friendly products. Government regulations are able to partially mediate the effect of product innovation on purchasing decisions for environmentally friendly products. However, government regulations were unable to mediate the effect of green marketing implementation on purchasing decisions for environmentally friendly products, as the significance value was greater than 0.05. The implications of this research provide insights for companies to improve green product innovation and green marketing strategies to optimally drive consumer purchasing decisions. Furthermore, this research also contributes to the government's efforts to formulate regulatory policies that effectively and sustainably support the development of environmentally friendly products in Indonesia.

Keywords: Product innovation, green marketing, government regulations, purchase decisions, Multimedia.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	0
HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
PERNYATAAN <i>SIMILARITY CHECK</i>	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TESIS DI REPOSITORI UMB	vii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
 BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Rumusan Masalah	10
1.3. Tujuan Penelitian.....	11
1.4. Kontribusi Penelitian.....	12
 BAB II KAJIAN TEORI, KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	15
2.1. Kajian Teori.....	15
2.2. Kajian Pustaka dan Penelitian Terdahulu	22
2.3. Pengembangan Hipotesa	27
2.3.1. Hubungan Antar Variabel	27
2.4. Kerangka Konseptual	31
 BAB III METODE PENELITIAN.....	32
3.1. Waktu dan Pelaksanaan Penelitian	32
3.2. Desain Penelitian.....	33
3.3. Definisi dan Operasional Variabel	34
3.4. Pengukuran Sampel.....	36
3.5. Populasi dan Sampel	38
3.6. Metode Pengumpulan Data	40
3.7. Metode Analisa Data	41
3.7.1. Analisa Deskriptif.....	41
3.7.2. Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)	42

3.7.3. Uji Hipotesis Tidak Langsung dan Mediasi	50
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	53
4.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	53
4.2. Analisis Deskriptif.....	54
4.2.1. Karakteristik Responden	54
4.2.2. Deskriptif Jawaban Responden	58
4.3. Hasil Uji Kualitas Data	63
4.3.1. Evaluasi Measurement (outer) Model	63
4.3.2. Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis (Inner Model).....	69
4.4. Pembahasan Hasil Penelitian	73
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	83
5.1. Kesimpulan	83
5.2. Saran.....	84
5.2.1. Saran untuk CV. Suvana Solusi Mandiri.....	85
5.2.2. Saran Praktis	86
5.2.3. Saran Akademis.....	88
5.2.4. Saran Untuk Peneliti Selanjutnya	89
 DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN	96

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1: Tabel Pertanyaan Pra-Survey	7
Tabel 2.1: Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 3.1: Operasional Variabel	36
Tabel 3.2: Tabel Standar Indikator Hair	40
Tabel 3.3: Rule of Thumb Validation Convergen.....	45
Tabel 3.4 : Rule of Thumb Reability.....	46
Tabel 3.5: Rule of Thumb	49
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Saat Ini.....	55
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	56
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	57
Tabel 4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	58
Tabel 4.6. Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Inovasi Produk ..	58
Tabel 4.7. Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel Implementasi Green Marketing.....	60
Tabel 4.8. Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel Regulasi Pemerintah.....	61
Tabel 4.9. Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Keputusan Pembelian Produk Ramah Lingkungan.....	62
Tabel 4.10. Hasil pengujian Convergent Validity	63
Tabel 4.11. Hasil pengujian Convergent Validity (modifikasi).....	64
Tabel 4.12. Hasil Pengujian Discriminant Validity (Cross loadings).....	66

Tabel 4.13. Hasil Pengujian AVE.....	67
Tabel 4.14. Hasil Pengujian Discriminant Validity (Fornell Lacker Criterium).....	67
Tabel 4.15. Hasil Pengujian Composite Reliability & Cronbach's Alpha	68
Tabel 4.16. Nilai R ² Variabel Endogen.....	69
Tabel 4.17. Hasil Pengujian Hipotesis	71



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1: Grafik Negara Penghasil Sampah Terbesar di Dunia.....	2
Gambar 1.2: Grafik Segmen Konsumen CV. Suvana Solusi Mandiri	4
Gambar 2.1: Sustainable Development Goals	16
Gambar 2.2: Kerangka Konseptual	31
Gambar 4.1. Hasil Algoritma PLS	64
Gambar 4.2. Hasil Algoritma PLS (modifikasi)	65
Gambar 4.3. Hasil Uji Bootstrapping.....	72

