



**Pengaruh *Green Lifestyle*, *Green Promotion*, dan Karakteristik
Demografi terhadap *Green Purchase Intention* melalui *Green
Trust* pada Hunian Hijau Perumnas di Jawa Barat**

TESIS

**NANDI WARDANA
55124110004**

PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2026



Pengaruh *Green Lifestyle*, *Green Promotion*, dan Karakteristik Demografi terhadap *Green Purchase Intention* melalui *Green Trust* pada Hunian Hijau Perumnas di Jawa Barat

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan
Program Studi Magister Manajemen

NANDI WARDANA
55124110004

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

LEMBAR PERNYATAAN

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

Judul : Pengaruh *Green Lifestyle*, *Green Promotion*, dan Karakteristik Demografi terhadap *Green Purchase Intention* melalui *Green Trust* pada Hunian Hijau Perumnas di Jawa Barat

Bentuk Tesis : Penelitian Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Nandi Wardana

NIM : 55124110004

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 24 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 yang lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahan data yang disajikan. Telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 24 Februari 2026


41C3BANX241696774
Nandi Wardana

	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 : NANDI WARDANA
NIM : 55124110004
Fakultas / Program Studi : PASCA / Magister Manajemen
Jenis : Tesis
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Green Lifestyle, Green Promotion, dan Karakteristik Demografi terhadap Green Purchase Intention melalui Green Trust pada Hunian Hijau Perumnas di Jawa Barat
Hasil Pengecekan Turnitin : 25%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **25%** 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, 23 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/23/0000000821/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *Green Lifestyle*, *Green Promotion*, dan
Karakteristik Demografi terhadap *Green Purchase Intention*
melalui *Green Trust* pada Hunian Hijau Perumnas di Jawa
Barat
Bentuk Tesis : Penelitian Kajian Masalah Perusahaan
Nama : Nandi Wardana
NIM : 55124110004
Program : Magister Manajemen
Tanggal : 24 Februari 2026

Mengesahkan
Pembimbing



Dr Aldina Shiratina, M.Si

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 kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini dengan judul “Pengaruh *green lifestyle*, *green promotion*, dan Karakteristik Demografi terhadap *green purchase intention* melalui *green trust* pada Hunian Hijau Perumnas di Jawa Barat”. 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 Ibu Dr Aldina Shiratina, M.S 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 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, yang telah memberikan kesempatan dan dukungan kepada penulis untuk menempuh pendidikan pada Program Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan arahan, dukungan, serta fasilitas akademik selama proses perkuliahan hingga penyelesaian tesis ini.
3. Dr. Muhyarsyah, S.E., M.Si., selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan dukungan dan koordinasi akademik dalam penyelenggaraan pendidikan di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
4. Dr. Lenny Christina Nawangsari, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan arahan dan dukungan akademik selama penulis menempuh pendidikan pada jenjang Magister.

5. Dr. Aldina Shiratina, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Tesis Program Magister Manajemen, yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, arahan, serta masukan yang sangat berharga sejak penyusunan hingga penyelesaian tesis ini.
6. Dr. Catur Widayati, S.E., M.M., selaku Dosen Penelaah Seminar Hasil Tesis Program Magister Manajemen, yang telah memberikan kritik, saran, dan evaluasi yang konstruktif demi penyempurnaan tesis ini.
7. Perum Perumnas, yang telah bersedia menjadi dasar penelitian pada penelitian ini.
8. Teristimewa, kedua orang tua, Istri, anak tercinta dan teman – teman Angkatan 45 kelas *reguler 2* khususnya Muhammad Agung Indra Bakti yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan yang tiada henti-hentinya kepada penulis dalam menyelesaikan Tesis ini.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian 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, semoga Tesis ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 24 Februari 2026



Nandi Wardana

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

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

Nama : Nandi Wardana
NIM : 55124110004
Program : Magister Manajemen
Judul Tesis : Pengaruh *Green Lifestyle, Green Promotion*, dan
Karakteristik Demografi terhadap *Green Purchase Intention* melalui
Green Trust pada Hunian Hijau Perumnas di Jawa Barat

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 diatas 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, 24 Februari 2026

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Yang Menyatakan,



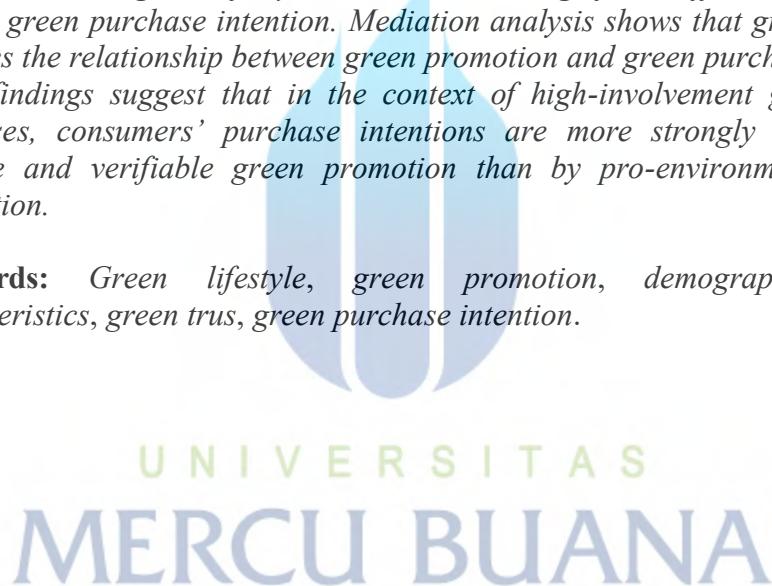
Nandi Wardana

ABSTRACT

This study aims to analyze the effects of green lifestyle, green promotion, and demographic characteristics on green purchase intention, with green trust as a mediating variable in green housing projects developed by Perum Perumnas in West Java. The study employs a quantitative approach using a survey method, with data collected through perception-based questionnaires distributed to 210 respondents selected through cluster sampling across three green housing projects. Data were analyzed using Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM).

The results indicate that green promotion has a positive and significant effect on green trust and green purchase intention, and green trust has a significant effect on green purchase intention. In addition, demographic characteristics significantly influence green purchase intention, but do not have a significant effect on green trust. Meanwhile, green lifestyle does not have a significant effect on either green trust or green purchase intention. Mediation analysis shows that green trust only mediates the relationship between green promotion and green purchase intention. These findings suggest that in the context of high-involvement green housing purchases, consumers' purchase intentions are more strongly influenced by credible and verifiable green promotion than by pro-environmental lifestyle orientation.

Keywords: *Green lifestyle, green promotion, demographic characteristics, green trust, green purchase intention.*

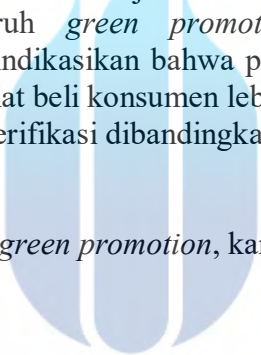


UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *green lifestyle*, *green promotion*, dan karakteristik demografi terhadap *green purchase intention* dengan *green trust* sebagai variabel mediasi pada hunian hijau Perum Perumnas di Jawa Barat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui kuesioner berbasis persepsi yang disebarkan kepada 210 responden menggunakan teknik cluster sampling pada tiga proyek hunian hijau Perumnas. Analisis data dilakukan dengan metode Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *green promotion* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *green trust* dan *green purchase intention*, serta *green trust* berpengaruh signifikan terhadap *green purchase intention*. Selain itu, Karakteristik Demografi berpengaruh signifikan terhadap *green purchase intention*, namun tidak berpengaruh signifikan terhadap *green trust*. Sementara itu, *green lifestyle* tidak berpengaruh signifikan terhadap *green trust* maupun *green purchase intention*. Uji mediasi menunjukkan bahwa *green trust* hanya memediasi pengaruh *green promotion* terhadap *green purchase intention*. Temuan ini mengindikasikan bahwa pada pembelian hunian hijau yang bersifat *high involvement*, niat beli konsumen lebih dipengaruhi oleh promosi hijau yang kredibel dan dapat diverifikasi dibandingkan oleh orientasi gaya hidup ramah lingkungan.

Keywords: *Green lifestyle*, *green promotion*, karakteristik demografi, *green trust*, *green purchase intention*.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL.....	0
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI <i>REPOSITORY</i> UMB.....	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Kontribusi Penelitian	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	14
2.1 Kajian Teori	14
2.1.1 Konsep <i>Triple Bottom Line</i> (TBL)	14
2.1.2 Konsep <i>Sustainable Development Goals</i> (SDGs)	16
2.1.3 Model <i>Stimulus-Organism-Response</i> (SOR).....	18
2.1.4 Karakteristik Demografi.....	19
2.1.5 <i>Green Lifestyle</i>	20
2.1.6 <i>Green Promotion</i>	21
2.1.7 <i>Green Trust</i>	22
2.1.8 <i>Green Purchase Intention</i>	23
2.2 Penelitian Terdahulu	24
2.3 Pengembangan Hipotesis	29
2.3.1 <i>Green Lifestyle</i> Berpengaruh Terhadap <i>Green Trust</i>	30
2.3.2 <i>Green Promotion</i> Berpengaruh Terhadap <i>Green Trust</i>	30
2.3.3 Karakteristik Demografis Mempengaruhi Kepercayaan <i>Green Trust</i>	31
2.3.4 <i>Green Lifestyle</i> Berpengaruh terhadap <i>Green Purchase Intention</i>	32
2.3.5 <i>Green promotion</i> Berpengaruh terhadap <i>Green Purchase Intention</i>	33
2.3.6 <i>Demographic Characteristics</i> berpengaruh terhadap <i>Green Purchase Intention</i>	34
2.3.7 <i>Green Trust</i> Berpengaruh terhadap <i>Green Purchase Intention</i>	35
2.3.8 <i>Green Trust</i> Memediasi Pengaruh <i>Green Lifestyle</i> terhadap <i>Green Purchase Intention</i>	36

2.3.9	<i>Green Trust</i> Memediasi Pengaruh <i>Green Promotion</i> terhadap <i>Green Purchase Intention</i>	37
2.3.10	<i>Green Trust</i> Memediasi Pengaruh Karakteristik Demografi Terhadap <i>Green Purchase Intention</i>	38
2.4	Kerangka Penelitian	39
BAB III METODE PENELITIAN		40
3.1	Desain Penelitian	40
3.2	Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	41
3.3	Klasifikasi Variabel Berdasarkan Model S–O–R	41
3.4	Pengukuran Sampel	47
3.5	Populasi dan Sampel	48
3.6	Metode Pengumpulan Data.....	51
3.7	Uji Instrumen	52
3.8	Metode Analisis Data.....	53
3.8.1	Analisis deskriptif.....	53
3.8.2	Analisis <i>Partial Least Squares - Structural Equation Modeling</i>	54
3.8.3	Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)	54
3.8.4	Evaluasi Model Struktural (Inner Model)	55
3.8.5	Uji <i>Bootstrapping</i> dan Pengujian Hipotesis	55
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		57
4.1	Gambaran Umum Lokasi dan Obyek Penelitian	57
4.2	Analisis Deskriptif Responden	57
4.2.1	Karakteristik Responden	58
4.2.2	Deskriptif Jawaban Responden	69
4.3	Hasil Uji Data Primer Menggunakan PLS.....	75
4.3.1	Uji Validitas Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	77
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	86
4.3.3	Uji <i>Variance Inflation Factor</i> (VIF)	88
4.3.4	Hasil Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	89
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian	97
4.4.1	Pengaruh <i>Green Lifestyle</i> terhadap <i>Green Trust</i>	97
4.4.2	Pengaruh <i>Green Promotion</i> terhadap <i>Green Trust</i>	99
4.4.3	Pengaruh Karakteristik Demografi terhadap <i>Green Trust</i>	101
4.4.4	Pengaruh <i>Green Lifestyle</i> terhadap <i>Green Purchase Intention</i>	102
4.4.5	Pengaruh <i>Green promotion</i> terhadap <i>Green Purchase Intention</i>	104
4.4.6	Pengaruh Karakteristik Demografi terhadap <i>Green Purchase Intention</i>	106
4.4.7	Pengaruh <i>Green Trust</i> terhadap <i>Green Purchase Intention</i>	107
4.4.8	Peran Mediasi <i>Green Trust</i> pada Pengaruh <i>Green Lifestyle</i> terhadap <i>Green Purchase Intention</i>	109
4.4.9	Peran Mediasi <i>Green trust</i> pada Pengaruh <i>Green promotion</i> terhadap <i>Green Purchase Intention</i>	111
4.4.10	Peran Mediasi <i>Green Trust</i> pada Pengaruh Karakteristik Demografi terhadap <i>Green Purchase Intention</i>	112

BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI PENELITIAN	115
5.1 Kesimpulan	115
5.2 Saran 117	
DAFTAR PUSTAKA	120
LAMPIRAN.....	124



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pertanyaan Prasurvei.....	6
Tabel 1. 2 Hasil Prasurvei	9
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel	44
Tabel 3. 2 Skala Likert	48
Tabel 3. 3 Klaster Wilayah Proyek dan Jumlah Sampel.....	49
Tabel 3. 4 Kriteria Skor Penelitian untuk Pengukuran Jawaban Responden.....	52
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Saat Ini	61
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	62
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan	64
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	65
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Kepemilikan Rumah Saat Ini.....	67
Tabel 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	68
Tabel 4. 8 Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel <i>Green Promotion</i>	69
Tabel 4. 9 Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel <i>Green Lifestyle</i>	70
Tabel 4. 10 Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel Karakteristik Demografi	71
Tabel 4. 11 Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel <i>Green Trus</i>	73
Tabel 4. 12 Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel <i>Green Purchase Intention</i>	74
Tabel 4. 13 Nilai Loading Factor Setelah Eliminasi Indikator	79
Tabel 4. 14 Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	82
Tabel 4. 15 Nilai <i>Fornell- Larcker</i>	83
Tabel 4. 16 Nilai <i>Cross Loading</i>	84
Tabel 4. 17 <i>Heterotrait–Monotrait Ratio</i> (HTMT).....	85
Tabel 4. 18 <i>Cronbach’s Alpha</i>	87
Tabel 4. 19 Nilai <i>Composite Reliability</i>	88
Tabel 4. 20 Nilai <i>Variance Inflation Factor</i> (VIF)	88
Tabel 4. 21 Nilai <i>R-Square</i>	90
Tabel 4. 22 Nilai <i>F-Square</i>	90
Tabel 4. 23 <i>Predictive relevance</i> (Q^2)	91
Tabel 4. 24 Model Fit.....	92
Tabel 4. 25 Uji Hipotesis	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Dampak Perubahan Iklim.....	2
Gambar 1. 2 <i>Graphic Development of final energy consumption by sub sector</i>	3
Gambar 1. 3 <i>Indonesia Green – Affordable Housing Program (IGAHP)</i>	4
Gambar 2. 1 Konsep <i>Triple Botto Line (TBL)</i>	14
Gambar 2. 2 Konsep <i>Sustainable Development Goals (SDGs)</i>	17
Gambar 2. 3 Kerangka Penelitian	39
Gambar 4. 1 Path Diagram Model Penelitian	76
Gambar 4. 2 Hasil <i>Outer Loading</i>	78
Gambar 4. 3 Hasil Uji <i>Loading Factor</i> Setelah <i>Cleaning Data</i>	81
Gambar 4. 4 Hasil Uji <i>Boostraping</i>	94



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	124
Lampiran 2 Hasil Kuesioner	127
Lampiran 3 Hasil Pengolahan Data Model dan Indikator SmartPLS 4.0	134

