



**PENGARUH *GREEN BRAND IMAGE*, *ENVIRONMENTAL AWARENESS*, DAN *GREEN PERCEIVED VALUE* TERHADAP
NIAT BELI KONSUMEN GENERASI MILENIAL PADA
PRODUK IKEA DI DKI JAKARTA**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

RIDHO TRIAJI

43122010001

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

JAKARTA

2026



PENGARUH *GREEN BRAND IMAGE*, *ENVIRONMENTAL AWARENESS*, DAN *GREEN PERCEIVED VALUE* TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN GENERASI MILENIAL PADA PRODUK IKEA DI DKI JAKARTA

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
RIDHO TRIAJI
43122010001

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

2026

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ridho Triaji
Nim : 43122010001
Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencatumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).



Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 07 Maret 2026



Ridho Triaji

 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 : RIDHO TRIAJI
NIM : 43122010001
Fakultas / Program Studi : FEB / Manajemen
Jenis : Skripsi
Judul Tugas Akhir : PENGARUH GREEN BRAND IMAGE, ENVIRONMENTAL AWARENESS, DAN GREEN PERCEIVED VALUE TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN GENERASI MILENIAL
Hasil Pengecekan Turnitin : 28%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **28%** dan dinyatakan memenuhi syarat untuk mengajukan sidang 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, 24 November 2026

Kepala Biro Perpustakaan



Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

Ket: Surat keterangan ini sebagai salah satu syarat untuk pendaftaran sidang Skripsi.

 2025/November/24/0000000686/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Ridho Triaji

NIM : 43122010001

Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Green Brand Image, Environmental Awareness,
dan Green Perceived Value terhadap Niat Beli Konsumen
Generasi Milenial pada Produk IKEA di DKI Jakarta

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 27 Februari 2026 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

Disahkan Oleh:

Pembimbing



Andriansyah Bachtillah Putra, S.E., M.M

NIDN/NUPTK: 0312077605

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA
NIDN/NUPTK: 0307036901



Dudi Permana, Ph.D
NIDN/NUPTK: 1018037701

LPTA-03266102



Scan QR or [click here](#) to
Verification

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Proposal Skripsi yang berjudul “*Pengaruh Green Brand Image, Environmental Awareness, dan Green Perceived Value terhadap Niat Beli Konsumen Generasi Milenial pada IKEA di DKI Jakarta*”. Penyusunan proposal ini merupakan salah satu bentuk pemenuhan persyaratan akademik untuk meraih gelar Sarjana pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

Penyusunan proposal skripsi ini tentunya tidak lepas dari dukungan, bimbingan, serta bantuan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan apresiasi dan ungkapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Andriansyah Bachtillah Putra, SE., MM., selaku Dosen Pembimbing, atas dedikasi, perhatian, waktu, serta pemikiran yang telah beliau curahkan dalam memberikan bimbingan, ilmu, masukan, motivasi, dan nasihat yang sangat berarti selama proses penyusunan proposal ini. Penulis juga menyampaikan rasa terima kasih yang tulus kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan moral, serta semangat dalam setiap tahapan penyusunan proposal skripsi ini, terutama kepada:

1. Prof. Dr. Andi Andriansyah, M.Eng, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
3. Dudi Permana, Ph.D, selaku Kepala Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana.
4. Para dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis 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. Bapak dan Ibu di bagian administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, yang dengan penuh kesabaran dan keikhlasan bersedia membantu segala urusan administrasi selama penulis kuliah.
6. Teristimewa, kedua orang tua tercinta yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh teman-teman Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMB angkatan 2022 yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan lingkup keilmuan, pengetahuan, serta pengalaman penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran, masukan serta kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah wawasan untuk penulis maupun pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, penulis mohon maaf apabila terdapat kekurangan dan kesalahan dalam penulisan skripsi ini.


UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Jakarta, 1 Juni 2025

Ridho Triaji

NIM 43122010001

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB**

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

Nama : Ridho Triaji
NIM : 43122010001
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/Manajemen
Judul Tugas Akhir : Pengaruh *Green Brand Image*, *Environmental Awareness*, dan *Green Perceived Value* terhadap Niat Beli Konsumen Generasi Milenial pada Produk IKEA di DKI Jakarta.

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, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir Saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 17 April 2026
Yang menyatakan,



(Ridho Triaji)

ABSTRAK

Nama : Ridho Triaji
NIM : 43122010001
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Green Brand Image*, *Environmental Awareness*, dan *Green Perceived Value* Terhadap Niat Beli Konsumen Generasi Milenial pada Produk IKEA di DKI Jakarta
Pembimbing : Andriansyah Bachtillah Putra, S.E., M.M

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh green brand image, environmental awareness, dan green perceived value terhadap niat beli generasi milenial pada IKEA di DKI Jakarta. Populasi dalam penelitian ini adalah generasi milenial di DKI Jakarta yang belum pernah membeli produk IKEA. Sampel yang digunakan sebanyak 105 responden. Metode penarikan sampel menggunakan non-probability sampling dengan teknik purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui metode survei menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian. Analisis data dilakukan dengan metode Structural Equation Modeling (SEM) berbasis Partial Least Square (PLS) menggunakan SmartPLS versi 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa green brand image tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap niat beli, sedangkan environmental awareness dan green perceived value berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli generasi milenial pada IKEA di DKI Jakarta.

Kata Kunci: *Green Brand Image*, *Environmental Awareness*, *Green Perceived Value*, Niat Beli, IKEA

ABSTRACT

Name : *Ridho Triaji*
Student ID : *43122010001*
Study Program : *Management*
Thesis Title : *The Influence of Green Brand Image, Environmental Awareness, and Green Perceived Value on Millennial Consumer Purchase Intentions for IKEA Products in DKI Jakarta*
Supervisor : *Andriansyah Bachtillah Putra, S.E., M.M*

This study aims to analyze the influence of green brand image, environmental awareness, and green perceived value on the purchasing interest of millennials in IKEA in DKI Jakarta. The population in this study is millennials in DKI Jakarta who have never purchased IKEA products. The sample used consisted of 105 respondents. The sampling method used non-probability sampling with the purposive sampling technique. Data collection was carried out through a survey method using a questionnaire as a research instrument. Data analysis was performed using the Structural Equation Modeling (SEM) method based on Partial Least Square (PLS) using SmartPLS version 4.0. The results showed that green brand image had no effect and was not significant on purchasing interest, while environmental awareness and green perceived value had a positive and significant effect on the purchasing interest of millennials at IKEA in DKI Jakarta.

Keywords: Green Brand Image, Environmental Awareness, Green Perceived Value, Purchase Intention, IKEA

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	0
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah	22
C. Tujuan Penelitian	22
D. Kontribusi Penelitian	23
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	24
A. Kajian Pustaka	24
1. Theory Of Planned Behavior (TPB)	24
2. Sustainability	26
3. Niat Beli.....	28
4. Green Brand Image	30
5. Environmental Awareness	31
6. Green Perceived Value	33
7. Penelitian Terdahulu	36
B. Pengembangan Hipotesis dan Kerangka Konseptual	41
1. Pengembangan Hipotesis Hubungan antar Variabel	41
2. Kerangka Pemikiran.....	45
BAB III METODE PENELITIAN	47
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	47
B. Desain Penelitian	47

C. Definisi dan Operasional Variabel.....	48
1. Definisi Variabel Penelitian	48
a. Variabel Independen (Variabel Bebas).....	49
b. Variabel Dependen (Variabel Terikat)	51
2. Operasional Variabel.....	53
D. Skala Pengukuran Variabel	55
E. Populasi dan Sampel	57
1. Populasi Penelitian.....	57
2. Sampel Penelitian.....	57
F. Metode Pengumpulan Data.....	59
G. Metode Analisis Data	61
1. Analisis Statistik Deskriptif	61
2. Deskripsi Responden	62
3. Deskripsi Jawaban Responden.....	63
a. Analisis Partial Least Square (PLS).....	63
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	73
A. Analisis Deskriptif.....	73
1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	73
2. Deskripsi Responden	75
3. Deskripsi Variabel.....	82
B. Analisis Partial Least Square	90
1. Hasil Pengujian Model Pengukuran (Outer Model)	90
1). Uji Validitas	90
2). Uji Reliabilitas Composite Reliability dan Cronbach's Alpha.....	101
2. Evaluasi Model Struktural (Inner Model).....	104
C. Pembahasan Hasil Penelitian	111
1. Pengaruh Green Brand Image Terhadap Niat Beli.....	111
2. Pengaruh Environmental Awareness Terhadap Niat Beli	113
3. Pengaruh Green Perceived Value Terhadap Niat Beli.....	114
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	116
A. Simpulan.....	116
B. Saran	117
1. Saran Praktis	117
2. Saran Teoritis	118

DAFTAR PUSTAKA.....	119
LAMPIRAN.....	125



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 10 Brand Furniture Terbaik dan Lengkap di Indonesia.....	5
Tabel 1. 2 Pra-survey.....	17
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	36
Tabel 3. 1 Operasional Variabel	54
Tabel 3. 2 Skala Ordinal.....	56
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin	75
Tabel 4. 2 Usia.....	76
Tabel 4. 3 Status Responden	77
Tabel 4. 4 Domisili Responden	78
Tabel 4. 5 Pendidikan Terakhir Responden.....	79
Tabel 4. 6 Karakteristik Pekerjaan	80
Tabel 4. 7 Presentase Penghasilan.....	81
Tabel 4. 8 Hasil Deskriptif Green Brand Image.....	83
Tabel 4. 9 Analisis Deskriptif Enviromental Awareness	85
Tabel 4. 10 Hasil Deskriptif Green Perceived Value.....	87
Tabel 4. 11 Hasil Deskriptif Variabel Niat Beli.....	89
Tabel 4. 12 Hasil Uji Convergent Validity	93
Tabel 4. 13 Average Variance Extracted (AVE)	95
Tabel 4. 14 Cross Loading	96
Tabel 4. 15 Fornell Lacker Criterion.....	98
Tabel 4. 16 HTMT (Heterotrait-Monotrait Ratio).....	100
Tabel 4. 17 Composite Reliability.....	102
Tabel 4. 18 Cronbach's Alpha.....	103
Tabel 4. 19 R-Square.....	105
Tabel 4. 20 Q-Square.....	106
Tabel 4. 21 Effect Sizes (F-Square)	107
Tabel 4. 22 Uji Hipotesis (P-Value)	109

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Komposisi Sampah Furniture di Provinsi DKI Jakarta.....	2
Gambar 2. 1 Sustainable Development Goals.....	26
Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual	46
Gambar 4. 1 Hasil Uji Convergent Validity	92



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	1255
Lampiran 2 Perhitungan jumlah sampel minimum (G POWER)	1344
Lampiran 3 Data jawaban responden	1355
Lampiran 4 Hasil statistik deskriptif	1388
Lampiran 5 Hasil Uji Partial Least Square	1399

