



**PENGARUH *GREEN PRODUCT*, *GREEN LIFESTYLE*, DAN
GREEN PERCEIVED VALUE TERHADAP *GREEN PURCHASE*
INTENTION FORE COFFEE DI WILAYAH TANGERANG**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

**ESHA DHANI ALFIAN
43122010041**

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

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2026



**PENGARUH *GREEN PRODUCT*, *GREEN LIFESTYLE*, DAN
GREEN PERCEIVED VALUE TERHADAP *GREEN PURCHASE*
INTENTION FOR COFFEE DI WILAYAH TANGERANG**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

ESHA DHANI ALFIAN

43122010041

MERCU BUANA

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

2026

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Esha Dhani Alfian

NIM : 43122010041

Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/S1 – Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:

” Pengaruh *Green Product*, *Green Lifestyle*, dan *Green Perceived Value* Terhadap *Green Purchase Intention* Fore Coffee Di Wilayah Tangerang” adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau hak pihak manapun.

Apabila di kemudian 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.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 1 Juni 2026



Esha Dhani Alfian

	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 : ESHA DHANI ALFIAN
NIM : 43122010041
Fakultas / Program Studi : FEB / Manajemen
Jenis : Skripsi
Judul Tugas Akhir : PENGARUH GREEN PRODUCT, GREEN LIFESTYLE, DAN GREEN PERCEIVED VALUE TERHADAP GREEN PURCHASE INTENTION FORE COFFEE DI WILAYAH TANGERANG
Hasil Pengecekan Turnitin : 21%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **21%** 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, 15 August 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/Agustus/15/0000001181/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Esha Dhani Alfian
NIM : 43122010041
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir : PENGARUH GREEN PRODUCT, GREEN LIFESTYLE, DAN GREEN PERCEIVED VALUE TERHADAP GREEN PURCHASE INTENTION FOR COFFEE DI WILAYAH TANGERANG

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 16 Juli 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



Dudi Permana, Ph.D

NIDN/NUPTK: 1018037701

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-07266499



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

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Proposal Skripsi ini dengan judul **“Pengaruh *Green Product, Green Lifestyle, Dan Green Perceived Value Terhadap Green Purchase Intention Fore Coffee Di Wilayah Tangerang*”**. Proposal Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan Proposal Skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih kepada Bapak Dudi Permana, Ph.D selaku dosen pembimbing Skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat- nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya Proposal Skripsi ini dan berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Proposal Skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Prof Dr. Andi Andriansyah, M. Eng, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, Ph.D, selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Dr. Tine Yulianti, S.Par, MM, selaku Dosen Mata Kuliah Metodologi Penelitian Pemasaran yang memberikan arahan dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
5. 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.

6. 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.
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.
8. 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.

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

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, Juni 2025

Esha Dhani Alfian

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

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

Nama : Esha Dhani Alfian
NIM : 43122010041
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/S1 – Manajemen
Judul Tugas Akhir : Pengaruh *Green Product, Green Lifestyle, Dan Green Perceived Value* Terhadap *Green Purchase Intention* Fore Coffee Di Wilayah Tangerang

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 Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 19 Agustus 2026

Yang menyatakan,

A handwritten signature in black ink is written over a rectangular stamp. The stamp is yellow and red, featuring the text '10000' in large red numbers, 'METERAI TEMPEL' in red, and a serial number '004A9A0X173493273' at the bottom. The stamp also includes the text 'REPUBLIK INDONESIA' and a small emblem.

(Esha Dhani Alfian)

**Pengaruh *Green Product*, *Green Lifestyle*, Dan *Green Perceived Value*
Terhadap *Green Purchase Intention* Fore Coffee Di Wilayah Tangerang**

ESHA DHANI ALFIAN

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Green Product*, *Green Lifestyle*, dan *Green Perceived Value* terhadap *Green Purchase Intention* Fore Coffee di Wilayah Tangerang. Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari *Green Product*, *Green Lifestyle*, dan *Green Perceived Value*, sedangkan variabel dependen adalah *Green Purchase Intention*. Populasi penelitian adalah konsumen Fore Coffee di Wilayah Tangerang. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 119 responden. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara online. Metode analisis data yang digunakan adalah *Partial Least Square Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan software *SmartPLS 4.0*. Analisis data meliputi pengujian outer model yang terdiri dari uji validitas konvergen, validitas diskriminan, *composite reliability*, dan *Cronbach's Alpha*, serta pengujian inner model yang meliputi *R-Square*, *F-Square*, *Q-Square*, dan pengujian hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Green Product* dan *Green Lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Green Purchase Intention* Fore Coffee di Wilayah Tangerang. Sementara itu, *Green Perceived Value* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap *Green Purchase Intention*. Temuan ini menunjukkan bahwa produk yang ramah lingkungan serta gaya hidup peduli lingkungan menjadi faktor yang mampu meningkatkan niat beli konsumen terhadap Fore Coffee, sedangkan persepsi nilai hijau yang dirasakan konsumen belum menjadi faktor utama dalam mendorong niat pembelian.

Kata Kunci: *Green Product*, *Green Lifestyle*, *Green Perceived Value*, *Green Purchase Intention*

***The Influence of Green Product, Green Lifestyle, and Green Perceived Value
on Green Purchase Intention for Fore Coffee in the Tangerang Area***

ESHA DHANI ALFIAN

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Green Product, Green Lifestyle, and Green Perceived Value on Green Purchase Intention of Fore Coffee in Tangerang Region. The independent variables in this study consist of Green Product, Green Lifestyle, and Green Perceived Value, while the dependent variable is Green Purchase Intention. The study population is Fore Coffee consumers in Tangerang Region. The sampling technique used purposive sampling with a sample size of 119 respondents. Data collection was carried out through online questionnaires. The data analysis method used is Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with the help of SmartPLS 4.0 software. Data analysis includes outer model testing consisting of convergent validity, discriminant validity, composite reliability, and Cronbach's Alpha, as well as inner model testing including R-Square, F-Square, Q-Square, and hypothesis testing. The results show that Green Product and Green Lifestyle have a positive and significant effect on Green Purchase Intention of Fore Coffee in Tangerang Region. Meanwhile, Green Perceived Value had a positive but insignificant effect on Green Purchase Intention. This finding indicates that environmentally friendly products and an environmentally conscious lifestyle are factors that can increase consumer purchase intention for Fore Coffee, while consumers' perceived green value is not yet a primary factor in driving purchase intention.

Keywords: *Green Product, Green Lifestyle, green Perceived Value, Green Purchase Intention*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	0
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI 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.....	18
1.3 Tujuan Penelitian.....	18
1.4 Kontribusi Penelitian	19
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	21
2.1 Kajian Pustaka	21
2.1.1 <i>Sustainable Developments Goals</i>	21
2.1.2 <i>Theory Of Planned Behavior</i>	24
2.1.3 <i>Green Purchase Intention</i>	29
2.1.4 <i>Green Product</i>	32
2.1.5 <i>Green Lifestyle</i>	36
2.1.6 <i>Green Perceived Value</i>	40
2.2 Penelitian Terdahulu.....	44
2.3 Pengembangan Hipotesis	53
2.3.1 Pengaruh <i>Green Product</i> terhadap <i>Green Purchase Intention</i>	53

2.3.2 Pengaruh <i>Green Lifestyle</i> terhadap <i>Green Purchase Intention</i>	54
2.3.3 Pengaruh <i>Green Perceived Value</i> terhadap <i>Green Purchase Intention</i> ..	56
BAB III METODE PENELITIAN	59
3.1 Waktu Penelitian dan Tempat Penelitian.....	59
3.2 Desain Penelitian	59
3.3 Definisi dan Operasional Variabel.....	60
3.3.1 Definisi Variabel.....	60
3.3.2 Operasional Variabel	62
3.4 Skala Pengukuran Variabel.....	64
3.5 Populasi dan Sampel.....	64
3.5.1 Populasi	64
3.5.2 Sampel	64
3.6 Metode Pengumpulan Data	67
3.7 Metode Analisis Data	67
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	68
3.7.2 Metode <i>Partial Least Square</i> (PLS)	70
3.7.3 Menguji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	70
3.7.4 Menguji Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	72
BAB IV HASIL & PEMBAHASAN.....	75
4.1 Gambaran Umum dan Objek Penelitian	75
4.2 Statistik Deskriptif.....	76
4.2.1 Deskripsi Responden	77
4.2.2 Deskripsi Variabel	81
4.3 Hasil Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS)	84
4.3.1 Hasil Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	85
4.3.2 Hasil Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	93
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	101
4.4.1 Pengaruh <i>Green Product</i> terhadap <i>Green Purchase Intention</i>	101
4.4.2 Pengaruh <i>Green Lifestyle</i> terhadap <i>Green Purchase Intention</i>	102
4.4.3 Pengaruh <i>Green Perceived Value</i> terhadap <i>Green Purchase Intention</i> ...	104

BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	106
5.1 Simpulan.....	106
5.2 Saran	107
DAFTAR PUSTAKA.....	111
LAMPIRAN.....	116



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Penjualan Fore Coffee	10
Tabel 1. 2 Pra-Survei Penelitian.....	16
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	44
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel	62
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden	78
Tabel 4. 2 Usia Responden	78
Tabel 4. 3 Pekerjaan Responden	79
Tabel 4. 4 Wilayah Responden	80
Tabel 4. 5 Hasil Deskripsi Green Product.....	81
Tabel 4. 6 Hasil Deskripsi Green Lifestyle.....	82
Tabel 4. 7 Hasil Deskripsi Green Perceived Value.....	82
Tabel 4. 8 Hasil Deskripsi Green Purchase Intention	83
Tabel 4. 9 Hasil Pengujian Convergent Validity (Outer Loadings).....	86
Tabel 4. 10 Hasil Pengujian AVE (Average Variance Evtracted)	88
Tabel 4. 11 Hasil Pengujian Discriminant Validity	89
Tabel 4. 12 Hasil Pengujian <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	91
Tabel 4. 13 Hasil Pengujian Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT).....	92
Tabel 4. 14 Hasil Pengujian Composite Reliability & Cronbach's Alpha.....	93
Tabel 4. 15 Hasil Pengujian R-Square	94
Tabel 4. 16 Hasil Pengujian F-square	95
Tabel 4. 17 Hasil Pengujian Model Fit	97
Tabel 4. 18 Hasil Pengujian Predictive Relevanced	97
Tabel 4. 19 Hasil Pengujian Hipotesis	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Komposisi sampah Berdasarkan Jenis Sampah	2
Gambar 1. 2 Timbulan Sampah Kota Tangerang Tahun 2020 – 2024	4
Gambar 1. 3 Gelas Reuseable Fore Coffee	7
Gambar 1. 4 Data Coffee Shop Favorit.....	8
Gambar 2. 1 Kerangka Teoritik	58
Gambar 3. 1 Hasil Grafik Software G*Power	65
Gambar 4. 1 Hasil Uji Algoritma PLS	86
Gambar 4. 2 Hasil Pengujian Bootstrapping.....	99



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	116
Lampiran 2 Jawaban Responden.....	125
Lampiran 3 Hasil Deskripsi Responden.....	137
Lampiran 4 Hasil Deskripsi Variabel.....	138
Lampiran 5 Hasil Output PLS.....	140

