Pengaruh Lingkungan Sosial, *Green Trust,* dan *Online Review* terhadap *Impulse Buying* di Shopee yang Dimediasi oleh *Green Purchase Intention*

TESIS

YUDI KUSWANDI
55123120067

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2026

lib.mercubuana.ac.id

Pengaruh Lingkungan Sosial, *Green Trust,* dan *Online Review* terhadap *Impulse Buying* di Shopee yang Dimediasi oleh *Green Purchase Intention*

TESIS

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Magister

YUDI KUSWANDI
55123120067

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

lib.mercubuana.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN

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

Judul	:	Pengaruh Lingkungan Sosial, *Green Trust*, dan *Online Review* terhadap *Impulse Buying* di Shopee yang Dimediasi oleh *Green Purchase Intention*
Bentuk Tesis	:	Penelitian/Kajian Masalah Pemasaran
Nama	:	Yudi Kuswandi
NIM	:	55123120067
Program	:	Magister Manajemen
Tanggal	:	12 Maret 2026

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Program Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar 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, 12 Maret 2026

Yang memberi pernyataan,



NIM. 55123120067

Yudi Kuswandi

lib.mercubuana.ac.id

MERCU BUANA	**BIRO PERPUSTAKAAN** **UNIVERSITAS MERCU BUANA**	Q

No.Dokumen	**1-1-3.4.11.00**	**Distribusi**					
Tgl. Efektif	25 September 2024						

SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

Nama	: YUDI KUSWANDI
NIM	55123120067
Fakultas / Program Studi	: PASCA / Magister Manajemen
Jenis	: Tesis
Judul Tugas Akhir	: Pengaruh Lingkungan Sosial, Green Trust, dan Online Review terhadap Impulse Buying di Shopee yang Dimediasi oleh Green Purchase Intention
Hasil Pengecekan Turnitin	: 10%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **10%** 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 October 2026

Kepala Biro Perpustakaan

Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

Ket: Surat keterangan ini sebagai salah satu syarat untuk penyerahan tugas akhir.

2026/Oktober/03/0000001630/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

lib.mercubuana.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Judul	:	Pengaruh Lingkungan Sosial, *Green Trust*, dan *Online Review* terhadap *Impulse Buying* di Shopee yang Dimediasi oleh *Green Purchase Intention*
Bentuk Tesis	:	Penelitian/Kajian Masalah Pemasaran
Nama	:	Yudi Kuswandi
NIM	:	55123120067
Program	:	Magister Manajemen
Tanggal	:	12 Maret 2026

Mengesahkan Pembimbing,

(Prof. Dr. Didik J rachbini)

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis,	Ketua Program Studi Magister Manajemen,
(Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak)	(Dr. Lenny Christina Nawangsari, ST, MM)

lib.mercubuana.ac.id

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan Tesis ini. Penulisan Tesis ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Magister Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tesis ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan Tesis ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih 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, dan sahabat sekaligus mentor dari team Meruya pagi dan team Meruya siang, terkhusus Bang Yusri Tama dan Uda Avarel Zidan yang selalu sabar dan ikhlas menemani penulis sampai tuntas nya penelitian ini, ataupun Masyarakat umum yang telah bersedia menjadi responden pada penelitian ini.
5. Kedua orang tua dan pasangan tercinta yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada hentinya kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan tesis ini.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tesis ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 01 Oktober 2026

Yudi Kuswandi

lib.mercubuana.ac.id

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

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

Nama	:	Yudi Kuswandi
NIM	:	55123120067
Fakultas/Program Studi	:	Magister Manajemen
Judul Tesis	:	Pengaruh Lingkungan Sosial, *Green Trust,* dan *Online Review* terhadap *Impulse Buying* di Shopee yang Dimediasi oleh *Green Purchase Intention*

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 Tesis 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, 01 Oktober 2026
Yang menyatakan,



(Yudi Kuswandi)

lib.mercubuana.ac.id

Pengaruh Lingkungan Sosial, *Green Trust,* dan *Online Review* terhadap *Impulse Buying* di Shopee yang Dimediasi oleh *Green Purchase Intention*

Yudi Kuswandi

ABSTRAK

Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap isu lingkungan mendorong perubahan perilaku konsumen dalam aktivitas belanja daring, khususnya pada platform e-commerce. Shopee sebagai salah satu marketplace terbesar di Indonesia menyediakan berbagai produk ramah lingkungan, namun perilaku *impulse buying* masih menunjukkan dinamika yang menarik untuk dikaji. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh lingkungan sosial, *green trust,* dan *online review* terhadap *impulse buying* dengan *green purchase intention* sebagai variabel mediasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *Partial Least Square–Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dan melibatkan responden pengguna Shopee di Indonesia yang pernah membeli produk ramah lingkungan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lingkungan sosial, *green trust,* dan *online review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *green purchase intention*. Selanjutnya, *green purchase intention* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying*. Selain itu, ketiga variabel independen juga terbukti berpengaruh langsung terhadap impulse buying. Hasil pengujian mediasi menunjukkan bahwa *green purchase intention* memediasi secara parsial hubungan lingkungan sosial, *green trust*, dan *online review* terhadap *impulse buying*. Temuan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan strategi pemasaran e-commerce berbasis keberlanjutan.

Kata Kunci**: Lingkungan Sosial, Green Trust, Online Review, Green Purchase Intention, Green Impulse Buying, Shopee**

lib.mercubuana.ac.id

Pengaruh Lingkungan Sosial, *Green Trust,* dan *Online Review* terhadap *Impulse Buying* di Shopee yang Dimediasi oleh *Green Purchase Intention*

Yudi Kuswandi

ABSTRACT

The increasing awareness of environmental issues has influenced changes in consumer behaviour in online shopping activities, particularly on e-commerce platforms. Shopee, as one of the largest marketplaces in Indonesia, offers a wide range of environmentally friendly products; however, green impulse buying behaviour remains an interesting phenomenon to be examined. This study aims to analyze the influence of social environment, green trust, and online reviews on impulse buying on Shopee, with green purchase intention as a mediating variable. A quantitative approach was employed using the Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method. Data were collected from Shopee users in Indonesia who have purchased environmentally friendly products. The results indicate that social environment, green trust, and online reviews have a positive and significant effect on green purchase intention. Furthermore, green purchase intention has a positive and significant effect on impulse buying. In addition, social environment, green trust, and online reviews also have a direct positive and significant effect on impulse buying. The mediation analysis reveals that green purchase intention partially mediates the relationship between social environment, green trust, and online reviews on impulse buying. These findings are expected to contribute to the development of sustainable marketing strategies in e-commerce and enrich the literature on green consumer behaviour.

***Keywords**: Social Environment, Green Trust, Online Reviews, Green Purchase Intention, Green Impulse Buying, Shopee*

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL 0
HALAMAN JUDUL i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI ii
HALAMAN SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN iii
HALAMAN PENGESAHAN iv
KATA PENGANTAR v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH DI REPOSITORI UMB vi
ABSTRAK vii
ABSTRACT viii
DAFTAR ISI ix
DAFTAR TABEL xi
DAFTAR GAMBAR xii
LAMPIRAN xiii

1 I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang Penelitian 1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian 27
1.3 Tujuan Penelitian 28
1.4 Kontribusi Penelitian 29

BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS 30

2.1 Definisi Perilaku Konsumen 30
2.1.2 Teori-teori Perilaku Konsumen 32
2.2 Teori Stimulus–Organism–Respons 34
2.3 Impulse Buying Behavior 42
2.4 Lingkungan Sosial (*Social Environment*) 44
2.4.2 Pengertian Lingkungan Sosial 44
2.4.3 Peran Lingkungan Sosial dalam Perilaku Konsumen 47
2.4.4 Indikator Lingkungan Sosial 49
2.5 *Green Trust* (Kepercayaan terhadap Merk) 50
2.6 *Online Review* (Ulasan Online) 51
2.7 *Green Purchase Intention* 53
2.8 Penelitian Terdahulu 57

BAB III METODOLOGI PENELITIAN 79
3.1 Desain Penelitian 79
3.2 Definisi dan Operasional Variabel 80

lib.mercubuana.ac.id

3.3 Populasi dan Sampel 84
3.4 Metode Pengumpulan Data 86
3.5 Metode Analisis Data 88

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 100
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 100
4.2 Statistik Deskriptif 102
4.3 Hasil dan Analisis PLS-SEM 127
4.3.1 Hasil Uji Pengukuran *Outer Model* 127
4.3.2 Hasil Uji Pengukuran *Inner Model* 141
4.3.3 Hasil Uji Hipotesis 146
4.4 Hasil dan Pembahasan 149
4.4.1 Hubungan Langsung 149
4.4.2 Hubungan Tidak Langsung 167

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 174

DAFTAR PUSTAKA 179

LAMPIRAN 186

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Estimasi Nilai GMV Lima E-comerce Indonesia 6
Tabel 1.2. Tabel Pra Surve 21
Tabel 2.1 Rangkuman Penelitian Terahulu..... 57
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel 81
Tabel 4.1. Jumlah dan Prresentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 103
Tabel 4.2 Jumlah dan Persentase Responden Menurut Kelompok Usia 104
Tabel 4.3. Jumlah dan Presetase Responden Berdasarkan Pendidikan. 105
Tabel 4.4. Jumlah dan Presentase Responden Berdasarkan Pekerjaan 106
Tabel 4.5. Jumlah dan Presentase Responden Berdasarkan Pendapatan..... 107
Tabel 4.6. Jumlah dan Presentase Responden Berdasarkan Domisili 108
Tabel 4.6. (Lanjutan) Jumalah dan Presentase Responden Berdasarkan Domisili.....110
Tabel 4.7. Jumlah dan Presentase Responden Berdasarkan Pengalaman Pembelian. 112
Tabel 4.8. Uji Deskripsi Jawaban Kuesioner Impulse Buying (IB)..... 113
Tabel 4.9. Uji Deskripsi Jawaban Kuesioner Lingkungan Sosial (LS)..... 116
Tabel 4.10 Uji Deskripsi Jawaban Kuesioner Green Trust (GT)..... 119
Tabel 4.11. Uji Deskripsi Jawaban Kuesioner Online Review (OR)..... 121
Tabel 4.12. Uji Deskripsi Jawaban Kuesioner GPI. 124
Tabel 4.13. Hasil Pengujian Outer Loading..... 128
Tabel 4.14. Hasil Uji Ulang Outer Loading..... 131
Tabel 4.15. Hasil Pengujian Average Variance Extracted (AVE) 135
Tabel 4.16. Hasil Pengujian Validitas Diskriminan..... 136
Tabel 4.17. Hasil Uji Composite Reliability..... 137
Tabel 4.18. Hasil Uji Multicollinierity Statistic..... 139
Tabel 4.19.Hasil Pengujian R-Square 140
Tabel 4.20. Hasil Pengujian f-Square 141
Tabel 4.21. Hasil Pengujian Q-Square..... 142
Tabel 4.22. Hasil Uji Hipotesis Hubungan Langsung 143
Tabel 4.23. Hasil Uji Hipotesis Hubungan Tidak Langsung..... 145

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Grafik Perbandingan Nilai Global E-Commerce 2
Gambar 1.2. Nilai Transaksi E-Commerce Indonesia (2020-2025) 4
Gambar 1.3. Lima E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak di Indonesia Sepanjang Tahun 2024 8
Gambar 1 4. Tren Pertumbuhan GMV Shopee Asia Tenggara per Kuartal (Q1 2023 – Q2 2024) 13
Gambar 1.5. Pertumbuhan Pencarian Kata Kunci Produk Ramah Lingkungan (2025) 14
Gambar 1.6. Faktor-Faktor Pemicu Impulse Buying 17
Gambar 1.7. Diagram Hasil Pra Survey 22
Gambar 2.1: Kerangka Konseptual 76
Gambar 3.1. Perhitungan sample size G*Power 3.1 86
Gambar 4.1. Hasil Algoritma PLS 129
Gambar 4.2. hasil algoritma PLS 132
Gambar 4.3. Hasi Bootstrappig PLS 147

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian 186
Lampiran 2: Hasil Kuesioner Penelitian 191
Lampiran 3: Hasil Uji PLS SEM..... 204

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id