PENGARUH *GREEN PRODUCT, GREEN PRICE, GREEN AWARENESS* TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN KENDARAAN MOBIL HYBRID

TUGAS AKHIR
SKRIPSI

Rizky Fauzan
43122010271

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

lib.mercubuana.ac.id

PENGARUH *GREEN PRODUCT, GREEN PRICE, GREEN AWARENESS* TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN KENDARAAN MOBIL HYBRID

TUGAS AKHIR
SKRIPSI

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana.

Rizky Fauzan
43122010271

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

lib.mercubuana.ac.id

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Rizky Fauzan
NIM	: 43122010271
Fakultas/Program Studi	: Ekonomi dan Bisnis Manajemen S1

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan 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.

Jakarta, 23 Agustus 2026



Rizky Fauzan
43122010271

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

UNIVERSITAS 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	: RIZKY FAUZAN
NIM	43122010271
Fakultas / Program Studi	: FEB / Manajemen
Jenis	: Skripsi
Judul Tugas Akhir	: PENGARUH GREEN PRODUCT, GREEN PRICE, GREEN AWARENESS TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN KENDARAAN MOBIL HYBRID
Hasil Pengecekan Turnitin	: 28%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **28%** 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 September 2026
Kepala Biro Perpustakaan

Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

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

2026/September/23/0000001528/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

lib.mercubuana.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama	:	Rizky Fauzan
NIM	:	43122010271
Fakultas/Program Studi	:	Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir	:	PENGARUH GREEN PRODUCT, GREEN PRICE, GREEN AWARENESS TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN KENDARAAN MOBIL HYBRID

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 20 Agustus 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

Arief Bowo Prayoga Kasmo, S.E., M.M., Ph.D
NIDN/NUPTK: 0307107301

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis	Ketua Program Studi S1 Manajemen
Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA	Dudi Permana, Ph.D
NIDN/NUPTK: 0307036901	NIDN/NUPTK: 1018037701

LPTA-08266774

Scan QR or click here to Verification

lib.mercubuana.ac.id

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT karena atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul: "Pengaruh Green Product, Green Price, dan Green Awareness terhadap Minat Beli Konsumen Kendaraan Mobil Hybrid." Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen di Universitas Mercu Buana Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis telah mendapatkan banyak dukungan, bimbingan, serta arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Andi Andriansyah, M.Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dudi Permana, Ph.D., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Arief Bowo Prayoga Kasmo, S.E., M.M., Ph.D., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan waktu, perhatian, arahan, masukan, serta bimbingan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi. Setiap saran dan evaluasi yang diberikan menjadi bagian penting dalam penyempurnaan penelitian ini hingga dapat diselesaikan dengan baik.
4. Kedua orang tua tercinta yang senantiasa menjadi sumber doa, kekuatan, dan motivasi terbesar bagi penulis. Terima kasih atas kasih sayang, pengorbanan, dukungan, serta kepercayaan yang selalu diberikan dalam setiap langkah perjalanan hidup dan pendidikan penulis. Segala pencapaian yang telah diraih hingga saat ini tidak terlepas dari doa, perjuangan, dan ketulusan yang telah diberikan kepada penulis.
5. Seseorang yang telah hadir dan menjadi bagian berarti dalam perjalanan penulis selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas waktu, perhatian, kesabaran, dukungan, serta semangat yang senantiasa diberikan dalam setiap keadaan. Terima kasih karena telah menjadi tempat berbagi cerita, mendengarkan keluh kesah, serta tetap memberikan keyakinan ketika penulis merasa lelah dan menghadapi berbagai kesulitan selama proses penyusunan

lib.mercubuana.ac.id

skripsi. Kehadiran dan dukungan yang diberikan menjadi salah satu sumber motivasi bagi penulis untuk terus berproses, bertahan, dan menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Semoga segala kebaikan, perhatian, dan dukungan yang telah diberikan dapat menjadi bagian indah dari perjalanan yang akan selalu penulis hargai.

6. Terima kasih kepada dosen-dosen pengajar dan juga staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis
7. Seluruh teman-teman Manajemen SI FEB UMB angkatan 2022 yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita.
8. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk berpartisipasi dan memberikan jawaban dalam penelitian ini. Terima kasih atas kesediaan, perhatian, serta kontribusi yang diberikan dalam membantu penulis memperoleh dan melengkapi data penelitian. Partisipasi para responden memiliki peran yang sangat penting dalam proses pengumpulan dan pengolahan data, sehingga penelitian ini dapat dilaksanakan dan diselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan belum sepenuhnya sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun sebagai bahan perbaikan di masa mendatang. Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, menambah wawasan dalam bidang manajemen pemasaran, khususnya mengenai *green marketing* dan perilaku konsumen terhadap kendaraan ramah lingkungan, serta dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah menjadi bagian dari proses penyelesaian skripsi ini. Semoga segala bantuan, dukungan, dan kebaikan yang telah diberikan mendapatkan balasan yang terbaik dari Allah SWT.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

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	: Rizky Fauzan
NIM	: 43122010271
Fakultas/Program Studi	: Ekonomi dan Bisnis / S1 Manajemen
Judul Laporan Magang	: PENGARUH GREEN PRODUCT, GREEN PRICE, GREEN AWARENESS TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN KENDARAAN MOBIL HYBRID

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 Laporan Magang 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, 14 Oktober 2026
Yang menyatakan,



(Rizky Fauzan)

lib.mercubuana.ac.id

PENGARUH *GREEN PRODUCT, GREEN PRICE, GREEN AWARENESS* TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN KENDARAAN MOBIL HYBRID

Rizky Fauzan

ABSTRAK

Peningkatan perhatian masyarakat terhadap permasalahan lingkungan, emisi kendaraan, dan efisiensi penggunaan bahan bakar telah mendorong berkembangnya kendaraan mobil hybrid sebagai salah satu alternatif kendaraan ramah lingkungan. Meskipun minat masyarakat terhadap kendaraan hybrid terus berkembang, harga yang relatif lebih tinggi serta perbedaan persepsi konsumen terhadap karakteristik produk dan tingkat kesadaran lingkungan masih menjadi pertimbangan dalam membentuk minat beli. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Green Product*, *Green Price*, dan *Green Awareness* terhadap Minat Beli Konsumen Kendaraan Mobil Hybrid. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian kausal. Sampel penelitian berjumlah 150 responden yang dipilih menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dengan skala Likert lima poin dan dianalisis menggunakan metode *Partial Least Squares–Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Green Product*, *Green Price*, dan *Green Awareness* masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Konsumen Kendaraan Mobil Hybrid. Di antara ketiga variabel tersebut, *Green Awareness* memiliki pengaruh paling besar dalam membentuk minat beli konsumen. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa semakin baik persepsi konsumen terhadap karakteristik ramah lingkungan kendaraan hybrid, semakin sesuai harga dengan manfaat yang diterima, serta semakin tinggi kesadaran konsumen terhadap lingkungan, maka semakin tinggi pula Minat Beli Konsumen Kendaraan Mobil Hybrid.

Kata Kunci :*Green Awareness*, *Green Price*, *Green Product,* Kendaraan Mobil Hybrid, Minat Beli.

lib.mercubuana.ac.id

THE INFLUENCE OF GREEN PRODUCT, GREEN PRICE, AND GREEN AWARENESS ON CONSUMER PURCHASE INTENTION FOR HYBRID VEHICLES

Rizky Fauzan

ABSTRACT

The increasing public concern regarding environmental issues, vehicle emissions, and fuel efficiency has encouraged the development of hybrid vehicles as an environmentally friendly transportation alternative. Although public interest in hybrid vehicles continues to grow, relatively higher prices as well as differences in consumer perceptions of product characteristics and environmental awareness remain important considerations in shaping purchase intention. This study aims to analyze the effects of Green Product, Green Price, and Green Awareness on consumers' Purchase Intention toward hybrid vehicles. This study employed a quantitative approach with a causal research design. The sample consisted of 150 respondents selected using a non-probability sampling technique with a purposive sampling method. Data were collected through questionnaires using a five-point Likert scale and analyzed using the Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method with SmartPLS 4 software. The results show that Green Product, Green Price, and Green Awareness each have a positive and significant effect on consumers' Purchase Intention toward hybrid vehicles. Among the three variables, Green Awareness has the strongest influence in shaping consumer purchase intention. Based on the findings, it can be concluded that more positive consumer perceptions of the environmentally friendly characteristics of hybrid vehicles, greater price suitability relative to the benefits received, and higher environmental awareness lead to stronger consumer Purchase Intention toward hybrid vehicles.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Keywords :*Green Awareness, Green Price, Green Product, Hybrid Vehicles, Purchase Intention.*

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 TUGAS AKHIR DIREPOSITORI UMB..... vii
ABSTRAK..... viii
***ABSTRACK*..... ix**
DAFTAR ISI..... x
DAFTAR TABEL..... xii
DAFTAR GAMBAR..... xiii
DAFTAR LAMPIRAN..... xiv
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang Penelitian 1
1.2 Rumusan Masalah 8
1.3 Tujuan Penelitian.....9
1.4 Kontribusi Penelitian.....9
1.4.1 Kontribusi Teoritis 9
1.4.2 Kontribusi Praktis 9
BAB II KAJIAN PUSTAKA..... 11
2.1 Landasan Teori 11
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen..... 11
2.1.2 Green Marketing 12
2.1.3 Green Product 14
2.1.4 Green Price..... 16
2.1.5 Green Awareness..... 18
2.1.6 Minat Beli 19
2.2 Penelitian Terdahulu..... 21
2.3 Pengembangan Hipotesis 38
2.3.1 Pengaruh Green Product terhadap Minat Beli. 38
2.3.2 Pengaruh Green Price terhadap Minat Beli..... 39
2.3.3 Pengaruh Green Awareness terhadap Minat Beli..... 40
2.4 Kerangka Pemikiran..... 42
BAB III METODE PENELITIAN..... 43
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian..... 43
3.2 Desain Penelitian..... 43
3.2.1 Definisi Operasional Variabel 44
3.3 Operasional Variabel 50
3.4 Skala Pengukuran Variabel 50
3.5 Populasi dan Sampel 51
3.5.1 Populasi Penelitian..... 51
3.5.2 Jumlah Sampel 53
3.5.3 Karakteristik Responden 54

lib.mercubuana.ac.id

3.6 Metode Pengumpulan Data 55
3.7 Metode ssAnalisis Data 55
3.8 Populasi dan Sampel Penelitian 57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 59
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 59
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 63
4.3 Deskripsi Variabel Minat Beli (Y) 75
4.4 Analisis Model Pengukuran (Outer Model) 78
4.5 Uji Convergent Validity 79
4.6 Average Variance Extracted (AVE) 85
4.7 Uji Discriminant Validity 87
4.8 Koefisien Determinasi (R-Square) 97
4.9 Pembahasan Hasil Penelitian 103
4.10 Implikasi Penelitian 108
4.11 Ringkasan Hasil Penelitian 109
BAB V SIMPULAN DAN SARAN 111
5.1 Kesimpulan 111
5.2 Saran 112
5.2.1 Bagi Perusahaan 112
5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya 113
DAFTAR PUSTAKA 114
LAMPIRAN 116

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR TABEL

No **Tabel** **Halaman**

1.1 Hasil Pra-Survei Variabel Penelitian…… 5
2.1 Penelitian Terdahulu..... 21
3.1 Operasionalisasi Variabel..... 49
3.2 Skala Likert..... 50
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... 60
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usia..... 60
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili..... 61
4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan..... 62
4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan..... 63
4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan..... 63
4.7 Deskripsi Variabel Green Product..... 64
4.8 Deskripsi Variabel Green Price..... 69
4.9 Deskripsi Variabel Green Awareness..... 71
4.10 Deskripsi Variabel Minat Beli..... 75
4.11 Hasil Uji Outer Loading..... 80
4.12 Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE)..... 86
4.13 Pengujian *discriminant validity*..... 88
4.14 Pengujian discriminant validity..... 91
4.15 Pengujian discriminant validity..... 93
4.16 Hasil Uji Reliabilitas..... 95
4.17 Nilai R-Square..... 97
4.18 Nilai Effect Size (f^2)..... 98
4.19 Hasil Pengujian Hipotesis..... 99
4.20 Hasil Q^2predict..... 100
4.21 Uji Hipotesis..... 101

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR GAMBAR

No	Tabel	Halaman

1.1	Penjualan Mobil Hybrid……	2
1.1	Perbandingan Ketertarikan dan Minat Beli Konsumen terhadap Mobil Hybrid	2
3.1	Metode A priori Power Analysis	53
4.1	Hasil uji outer model.....	81

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1Penjualan Mobil Hybrid 116

LAMPIRAN 2Perbandingan Ketertarikan dan Minat Beli Konsumen 116

LAMPIRAN 3Hasil Pra-Survei Variabel Penelitian.....116

LAMPIRAN 4*Penelitian Terdahulu* 117

LAMPIRAN 5Kerangka Pemikiran 127

LAMPIRAN 6*Operasionalisasi Variabel*.....128

LAMPIRAN 7*Skala Likert*.....129

LAMPIRAN 8 Metode A priori Power Analysis.....129

LAMPIRAN 9Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 129

LAMPIRAN 10 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usia 130

LAMPIRAN 11 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....130

LAMPIRAN 12 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....130

LAMPIRAN 13 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....130

LAMPIRAN 14 *Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan* 131

LAMPIRAN 15 Deskripsi Variabel Green Product.....131

LAMPIRAN 16 Deskripsi Variabel Green Price.....134

LAMPIRAN 17 Deskripsi Variabel Green Awareness.....135

LAMPIRAN 18 *Deskripsi Variabel Minat Beli* 137

LAMPIRAN 19 Hasil Uji Outer Loading (Sebelum Di modifikasi).....138

LAMPIRAN 20 Hasil Uji Outer Loading (Sesudah di Modifikasi).....139

LAMPIRAN 21 Hasil uji outer model (Sebelum di Modifikasi) 140

LAMPIRAN 22 Hasil uji outer model (Sesudah di modifikasi).....141

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

LAMPIRAN 23 *Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE)* (Sebelum Di Modifikasi) 141
LAMPIRAN 24 *Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE)* (Setelah Dimodifikasi)..... 141
LAMPIRAN 25 Pengujian *discriminant validity* 142
LAMPIRAN 26 Pengujian *discriminant validity* 142
LAMPIRAN 27 Pengujian discriminant validity (Sebelum di Modifikasi)..... 142
LAMPIRAN 28 Pengujian discriminant validity (Sesudah di Modifikasi) 143
LAMPIRAN 29 Pengujian discriminant validity (Sebelum di Modifikasi)..... 144
LAMPIRAN 30 Pengujian discriminant validity (Sesudah di Modifikasi)..... 144
LAMPIRAN 31 Hasil Uji Reliabilitas (Sebelum di Modifikasi) 144
LAMPIRAN 32 Hasil Uji Reliabilitas (Sesudah di Modifikasi)..... 144
LAMPIRAN 33 Nilai R-Square (Sesudah di Modifikasi) 145
LAMPIRAN 34 Nilai Effect Size (f^2) (Sesudah di Modifikasi)..... 145
LAMPIRAN 35 Hasil Pengujian Hipotesis (Sesudah di Modifikasi) 145
LAMPIRAN 36 Hasil Q^2predict (Sesudah di Modifikasi)..... 145
LAMPIRAN 37 Uji Hipotesis..... 145

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id