PENGARUH GREEN PRODUCT, GREEN PRICE,GREEN PLACE, DAN GREEN PROMOTION TERHADAP PURCHASE INTENTION ADIDAS

(STUDI PADA *OUTLET* ADIDAS LIPPO MALL PURI JAKARTA BARAT)

TUGAS AKHIR

SKRIPSI

ALIEF NUGRAHA ADLIANSYAH

43122010457

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2026

lib.mercubuana.ac.id

PENGARUH GREEN PRODUCT, GREEN PRICE,GREEN PLACE, DAN GREEN PROMOTION TERHADAP PURCHASE INTENTION ADIDAS

(STUDI PADA *OUTLET* ADIDAS LIPPO MALL PURI JAKARTA BARAT)

TUGAS AKHIR

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

ALIEF NUGRAHA ADLIANSYAH

43122010457

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2026

lib.mercubuana.ac.id

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Alief Nugraha Adliansyah
NIM	: 43122010457
Program Studi	: S1 Manajemen

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.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 20 Agustus 2026



Alief Nugraha Adliansyah

NIM: 43122010457

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	: ALIEF NUGRAHA ADLIANSYAH
NIM	: 43122010457
Fakultas / Program Studi	: FEB / Manajemen
Jenis	: Skripsi
Judul Tugas Akhir	: PENGARUH GREEN PRODUCT, GREEN PRICE,GREEN PLACE, DAN GREEN PROMOTION TERHADAP PURCHASE INTENTION ADIDAS (STUDI PADA OUTLET ADIDAS LIPPO MALL PURI JAKARTA BARAT)
Hasil Pengecekan Turnitin	: 15%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **15%** 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.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Jakarta, 24 September 2026
Kepala Biro Perpustakaan

Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

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

2026/September/24/0000001548/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

lib.mercubuana.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama	:	Alief Nugraha Adliansyah
NIM	:	43122010457
Fakultas/Program Studi	:	Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir	:	PENGARUH GREEN PRODUCT, GREEN PRICE, GREEN PLACE, DAN GREEN PROMOTION TERHADAP PURCHASE INTENTION ADIDAS (STUDI PADA OTULET ADIDAS LIPPO MALL PURI JAKARTA BARAT)

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

Dr. Tukhas Shilul Imaroh, M.M
NIDN/NUPTK: 0305016801

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

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

Ketua Program Studi S1 Manajemen

Dudi Permana, Ph.D
NIDN/NUPTK: 1018037701

LPTA-09266916

Scan QR or click here to Verification

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan proposal skripsi yang berjudul **" PENGARUH *GREEN PRODUCT*, *GREEN PRICE*, *GREEN PLACE*, DAN *GREEN PROMOTION* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* ADIDAS (STUDI PADA *OUTLET* ADIDAS LIPPO MALL PURI JAKARTA BARAT) "**

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini dapat terlaksana berkat bimbingan, bantuan, serta dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Khususnya kepada Ibu Dr. Tukhas Shilul Imaroh, M.M., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan ilmu, arahan, waktu, bimbingan, serta motivasi dengan penuh kesabaran kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis mengucapkan Alhamdulillah atas nikmat Allah SWT yang telah memberikan kesehatan dan telah mencurahkan anugerah-Nya dan dengan segala rendah hati penulis ingin berterima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan proposal skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Andi Adriansyah, 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 Dr. Muhyarsyah, S.E., M.Si., selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan

lib.mercubuana.ac.id

Bisnis, Universitas Mercu Buana.

4. Bapak Dudi Permana, Ph.D., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
5. Seluruh dosen Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana yang telah memberikan ilmu, wawasan, dan pengalaman berharga selama masa studi.
6. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ade Agus Wahyudi, selaku ayah penulis, Lia Puspita, selaku ibu penulis, serta Annisa Putri, selaku adik penulis, atas segala doa, kasih sayang, perhatian, dukungan, pengorbanan, semangat, dan motivasi yang senantiasa diberikan selama proses penyusunan skripsi ini. Dukungan yang diberikan, baik secara moral maupun *material*, menjadi sumber kekuatan bagi penulis untuk terus berjuang dan menyelesaikan penelitian ini dengan sebaik-baiknya. Kehadiran keluarga tercinta merupakan anugerah yang memberikan arti besar dalam setiap langkah dan perjalanan penulis. Semoga skripsi ini dapat menjadi wujud rasa syukur, kebanggaan, serta bentuk penghargaan atas segala pengorbanan dan kasih sayang yang telah diberikan kepada penulis.
7. Fatimah Azzahra Cahyani, selaku kekasih penulis, dan Fatah Ali Zikri, selaku adik dari kekasih penulis, yang senantiasa memberikan doa, dukungan, semangat, motivasi, perhatian, serta bantuan selama proses penyusunan skripsi ini. Segala bentuk dukungan, baik secara moral maupun emosional, menjadi penyemangat bagi penulis dalam menghadapi berbagai tantangan hingga akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Semoga segala kebaikan, bantuan, dan dukungan yang telah diberikan mendapatkan balasan yang berlipat ganda dari Tuhan Yang Maha Esa.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

8. Helmy Al Mahdali, Dony Dharma Saputra , Muhammad Farez Adian Tri Putra, Galang Septianto, Tresna Gunawan, Muhammad Daniel , Muhammad Gana Alfauzan, Fransius Toni Gabriel Tamba, Fahriyal aditya, Muhammad Eindigo Lokesuara, Nugi Muhammad, Raihan Marwa, Muhammad Rivani, M.Nauval Ihsan, Raka Melvian, selaku teman-teman terdekat penulis yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan kebersamaan. Terima kasih atas doa, bantuan, serta motivasi yang diberikan, dan telah menjadi tempat berbagi cerita, tawa, serta saling menguatkan selama proses penyusunan skripsi ini. Kehadiran kalian memberikan banyak warna dan semangat bagi penulis.
9. Seluruh staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
10. Seluruh teman-teman seperjuangan S1 FEB UMB angkatan 2022 yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang senantiasa memberi dukungan, semangat, dan kebersamaan selama perjalanan akademik ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis terbuka terhadap segala bentuk kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa mendatang. Besar harapan penulis, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi dunia akademik, praktisi, maupun pihak-pihak yang berkepentingan dalam bidang pemasaran *digital*.

Jakarta, 10 Maret 2026

Penulis

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	:	Alief Nugraha Adliansyah
NIM	:	43122010457
Fakultas/Program Studi	:	Ekonomi dan Bisnis/Manajemen
Judul Disertasi	:	PENGARUH GREEN PRODUCT, GREEN PRICE,GREEN PLACE, DAN GREEN PROMOTION TERHADAP PURCHASE INTENTION ADIDAS (STUDI PADA OUTLET ADIDAS LIPPO MALL PURI JAKARTA 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 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 Disertasi 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, 25 September 2026

Yang menyatakan,



(Alief Nugraha Adliansyah)

lib.mercubuana.ac.id

ABSTRAK

Riset ini difokuskan untuk mengkaji sejauh mana pengaruh Green Product, Green Price, Green Place, dan Green Promotion sanggup mendongkrak Purchase Intention di kalangan konsumen Outlet Adidas Lippo Mall Puri, Jakarta Barat. Lahirnya riset ini dilatarbelakangi oleh tren peningkatan kesadaran lingkungan, yang menuntut korporasi untuk mengadopsi strategi green marketing demi mengakomodasi pergeseran preferensi pembeli. Menggunakan pendekatan kuantitatif berdesain survei, pengumpulan data melibatkan 130 orang responden konsumen Adidas Lippo Mall Puri yang dijaring lewat teknik purposive sampling. Seluruh data kuesioner kemudian diuji melalui metode Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) via perangkat lunak SmartPLS 4. Hasil analisis memperlihatkan temuan menarik: hanya variabel Green Place dan Green Promotion yang terbukti membawa pengaruh positif serta signifikan terhadap Purchase Intention. Sebaliknya, aspek Green Product dan Green Price belum menunjukkan dampak yang signifikan. Temuan ini mengindikasikan bahwa faktor kemudahan akses lokasi serta efektivitas komunikasi promosi hijau jauh lebih diandalkan dalam merangsang minat beli, sementara orientasi ke-ramahlingkungan pada produk dan harga masih memerlukan evaluasi lanjutan. Secara praktis, studi ini diharapkan mampu memberi masukan strategis bagi manajemen perusahaan sekaligus menjadi referensi bagi kajian akademis di masa mendatang.

Kata Kunci: *Green Product, Green Price, Green Place, Green Promotion, Purchase Intention.*

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

ABSTRACT

This study investigates the impact of Green Product, Green Price, Green Place, and Green Promotion on Purchase Intention among consumers at the Adidas Outlet in Lippo Mall Puri, West Jakarta. Driven by growing ecological awareness, companies increasingly adopt green marketing strategies to cater to evolving customer preferences and stimulate purchasing interest. Employing a quantitative survey approach, empirical data were gathered from 130 respondents selected through purposive sampling. The data were evaluated using Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) executed via SmartPLS 4. The statistical findings reveal that Green Place and Green Promotion exert a positive and significant influence on Purchase Intention. In contrast, Green Product and Green Price fail to demonstrate a statistically significant effect. These insights suggest that product accessibility and impactful promotional messaging highlighting corporate sustainability commitments serve as stronger drivers of purchase intention than ecological product attributes or green pricing strategies. Consequently, this study offers practical considerations for retail managers in optimizing green marketing initiatives while serving as an empirical reference for future inquiries.

Keywords: *Green Product, Green Price, Green Place, Green Promotion, Purchase Intention.*

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

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 SKRIPSI ..... **iv**
KATA PENGANTAR ..... **v**
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ..... **viii**
ABSTRAK ..... **ix**
ABSTRACT ..... **x**
DAFTAR ISI ..... **xi**
DAFTAR TABEL ..... **xiv**
DAFTAR GAMBAR ..... **xv**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1. Latar Belakang 1
1.2. Perumusan Masalah 11
1.3. Tujuan Penelitian 11
1.4. Kontribusi Penelitian 12
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS **13**
2.1 Kajian Pustaka 13
2.1.1 Manajemen Pemasaran 13
2.1.2 Green Marketing Mix 14
2.1.3 Perilaku Konsumen 17
2.1.4 Theory of Planned Behavior 19
2.1.5 Sustainable Development Goals 19
2.1.6 *Purchase Intention* 22
2.1.7 *Green Product* 24
2.1.8 *Green Price* 27
2.1.9 *Green place* 30

lib.mercubuana.ac.id

2.1.10 *Green Promotion* 32
2.2 Penelitian terdahulu 35
2.3 Pengembangan Hipotesis 49
2.3.1. *Pengaruh Green price* terhadap *purchase Intention* 49
2.3.2. *Pengaruh Green Product* terhadap purchase *Intention* 50
2.3.3. Pengaruh *Green Place* terhadap purchase *Intention* 51
2.3.4. Pengaruh *Green Promotion* terhadap purchase *Intention* 52
2.4 Kerangka Konseptual 53
BAB III METODE PENELITIAN 57
3.1. Waktu dan Tempat penelitian 57
3.2. Desain penelitian 57
3.3. Definisi Operasional Variabel 57
3.3.1. Definisi Variabel Penelitian 57
3.3.2. Definisi Operasional Variabel 59
3.4. Skala Pengukuran Variabel 66
3.5. Populasi Dan Sampel 67
3.5.1. Populasi Penelitian 67
3.5.2. Sampel Penelitian 68
3.6. Metode Pengumpulan *data* 69
3.7. Metode Analisis *Data* 70
3.7.1. Analisis Deskriptif 71
3.7.2. Analisis *Partial Least Square* (PLS) 72
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 81
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian 81
4.2. Deskripsi Responden 82
4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 83
4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Saat Ini 83
4.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan 84
4.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 85
4.3. Deskriptif Variabel 86

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

4.3.1. Deskriptif Jawaban Kuesioner Variabel *Green* Product.....86
4.3.2. Deskriptif Jawaban Kuesioner Variabel *Green Price*.....87
4.3.3. Deskriptif Jawaban Kuesioner Variabel *Green Place* 89
4.3.4. Deskriptif Jawaban Kuesioner Variabel *Green Promotion* 90
4.3.5. Deskriptif Jawaban Kuesioner Variabel *Purchase intention*.....92
4.4. Uji *Partial Least Square* (PLS) 93
4.5. Analisis *Data*. 94
4.5.1. Hasil Pengujian *Model* Pengukuran (*Outer Model*) 95
4.5.2. Hasil Pengujian *Model* Struktural (*Inner Model*)..... 111
4.6. Hasil Pengujian Hipotesis..... 116
4.7. Pembahasan Hasil Penelitian..... 118
4.7.1. Pengaruh *Green Product* terhadap *purchase intention*..... 118
4.7.2. Pengaruh *Green Price* terhadap *purchase intention*..... 119
4.7.3. Pengaruh *Green Place* terhadap *purchase intention* 120
4.7.4. Pengaruh *Green Promotion* terhadap *purchase intention* 122
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 124
5.1. Kesimpulan 124
5.2. Saran..... 125
DAFTAR PUSTAKA 132
LAMPIRAN 136

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pra Survei 9
Tabel 3. 1 Operasional Variabel 59
Tabel 3. 2 Skala Likert 66
Tabel 4. 1 Interval 82
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 83
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 83
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan 84
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 85
Tabel 4. 6 Deskriptif Variabel Green product 86
Tabel 4. 7 Deskriptif Variabel Green Price 87
Tabel 4. 8 Deskriptif Variabel Green Place 89
Tabel 4. 9 Deskriptif Variabel Green Promotion 90
Tabel 4. 10 Deskriptif Variabel Purchase Intention 92
Tabel 4. 11 Hasil Pengujian Loading Factor 96
Tabel 4. 12 Hasil Algoritma PLS 99
Tabel 4. 13 Composite dan Cronbach's Alpha 100
Tabel 4. 14 Nilai Average Variance Extracted (AVE) 102
Tabel 4. 15 Hasil Pengujian Discriminant Validity (Cross Loading) 103
Tabel 4. 16 Hasil Pengujian Discriminant Validity (Fornell-Larcker Criterion) 105
Tabel 4. 17 Hasil Pengujian Discriminant Validity (Heterotrait-Monotrait Ratio) 106
Tabel 4. 18 Uji Model Fit 108
Tabel 4. 19 Uji Multikolinearitas (Variance Inflation Factor/VIF) 110
Tabel 4. 20 Nilai R-Square atau R2 112
Tabel 4. 21 Nilai F-Square atau F2 113
Tabel 4. 22 Hasil Uji Predictive Relevance (Q2) 115
Tabel 4. 23 Hasil Uji Hipotesis 118

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 *Data* limbah plastik Indonesia 1
Gambar 1.2 *Data* ketersediaan masyarakat Indonesia membeli produk ramah lingkungan.....2
Gambar 1.3 *Survei* kepedulian Masyarakat terhadap lingkungan 3
Gambar 1.4 Promosi kampanye hijau Adidas 4
Gambar 1.5 *Data* penjualan *brand* 5
Gambar 1.6 *Data* tempat Masyarakat membeli *sneakers* 6
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....54
Gambar 4.1 Hasil Algoritma PLS.....96
Gambar 4.2 *Outer Loading* Modifikasi 98
Gambar 4.3 Hasil Uji *Bootstrapping*.....116

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id