

**PENGARUH *PRODUCT KNOWLEDGE*, *GREEN PACKAGING*,
DAN *PERCEIVED VALUE* TERHADAP *PURCHASE
INTENTION***

(Studi Kasus Pada Toko Saruga Package Free Shopping Store)

**Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi**

Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Nama : Novi Anung Nindita

NIM : 43116010309

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

2020

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Novi Anung Nindita

NIM : 43116010309

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip 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 (penjiplak).

Demikian pernyataan ini, saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, September 2020



Novi Anung Nindita

NIM: 43116010309

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Novi Anung Nindita
NIM : 43116010309
Program Studi : S-1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Product Knowledge*, *Green Packaging*, dan
Perceived Value terhadap *Purchase Intention* (Studi
Kasus pada Toko Saruga Package Free Shopping Store)
Tanggal Lulus Ujian : 23 September 2020

Disahkan Oleh :

Dosen Pembimbing,

Ketua Penguji



Abdul Gani, SE, MM

Dr. Zulfitri, MS., MM

Tanggal : 29 September 2020

Tanggal : 28 September 2020

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi



Dr. Harnovinsah, AK., M.Si., CA.,

Dr. Daru Asih, SE, M.si

Tanggal :

Tanggal :

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Product Knowledge*, *Green Packaging*, dan *Perceived Value* terhadap *Purchase Intention* pada Saruga Pack Free Shopping Store. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 140 responden. Metode pengambilan sampel dilakukan dengan metode *convenience sampling*. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data SEM dan pengolahan data menggunakan *Partial Least Square* (PLS). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Product Knowledge* berpengaruh positif signifikan terhadap *Purchase Intention*, *Green Packaging* berpengaruh positif signifikan terhadap *Purchase Intention*, serta *Perceived Value* berpengaruh positif signifikan terhadap *Purchase Intention*.

Kata kunci: Product Knowledge, Green Packaging, Perceived Value, Purchase Intention, Saruga Free Pack Shopping Store



ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of Product Knowledge, Green Packaging, and Perceived Value on Purchase Intention at the Saruga Pack Free Shopping Store. The sample used in this study was 140 respondents. The sampling method is done by convenience sampling method. This study uses SEM data analysis techniques and data processing using Partial Least Square (PLS). The results of this study indicate that Product Knowledge has a significant positive effect on Purchase Intention, Green Packaging has a significant positive effect on Purchase Intention, and Perceived Value has a significant positive effect on Purchase Intention.

Keywords: Product Knowledge, Green Packaging, Perceived Value, Purchase Intention, Saruga Free Pack Shopping Store.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas berkat dan karunia Tuhan Yang Maha Kuasa, Berkat Rahmat dan Karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan proposal ini dengan baik guna melengkapi syarat mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ekonomi jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana. Judul yang penulis ajukan adalah “**Pengaruh *Product Knowledge, Green Packaging, dan Perceived Value* terhadap *Purchase Intention* pada Toko Saruga Package Free Shopping Store**”.

Penulis menyadari bahwa proposal ini tidak lepas dari kekurangan karena keterbatasan akan kemampuan penulis, pemikiran, rekomendasi, maupun dorongan dari berbagai pihak dirasakan sangat membantu dalam proses menyelesaikan proposal ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Ngadino Surip, Ms selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA., CIPSAS., CMA., CSRS. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Daru Asih, M.Si selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana.
4. Abdul Gani, SE, MM selaku dosen pembimbing penelitian yang telah sabar membimbing, mengarahkan, dan memberikan semangat dan saran-saran serta motivasi kepada peneliti sehingga proposal skripsi ini dapat tersusun.

5. Jajaran Program studi manajemen S1, Ibu Tine dan Dr. Erna S. Imaningsih, SE., M.Si selaku sekretaris I dan II program studi Manajemen S1.
6. Teristimewa, kedua orang tua tercinta serta kakak dan adik saya Kak Hani, Mas Kiki, Mas Hendri, dan Ezy atas dorongan inspirasi dan pengertian yang tak ternilai harganya serta semua dukungan baik moril maupun materil.
7. Teruntuk J-HARFAD Ajeng, Arum, Firdha, Mitha, Heru, dan Juan yang selalu memberikan semangat dan dukungannya.
8. Teman seperjuangan Zulfa, Dewi Zulfa, Reny, Urba, Anin, Maydena, dan Firoos sebagai tempat bertukar pikiran.
9. Teruntuk teman berkeluh kesah Tami, Ndin, dan Sulistyio
10. Teman-teman Unit Kegiatan Pers Mahasiswa Orientasi.
11. Pihak-pihak lain yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

Peneliti mengharapkan segala bentuk saran yang membangun dari berbagai pihak. Semoga proposal ini dapat bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, Juli 2020

Novi Anung Nindita

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Kontribusi Penelitian.....	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS .	13
A. Kajian Pustaka	13
1. <i>Green Marketing</i>	13
2. Perilaku Konsumen.....	19
3. <i>Product Knowledge</i>	22
4. <i>Green Packaging</i>	25
5. <i>Perceived Value</i>	28
6. <i>Purchase Intention</i>	32
7. Penelitian Terdahulu	34
8. Hubungan antar variabel	37
a. Kerangka Pemikiran	39
b. Hipotesis.....	40

BAB III.....	41
METODE PENELITIAN.....	41
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	41
B. Desain Penelitian.....	41
C. Definisi dan Operasional Variabel.....	42
1. Definisi Variabel.....	42
2. Operasional Variabel.....	44
D. Skala Pengukuran Variabel.....	46
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	47
1. Populasi Penelitian.....	47
2. Sampel Penelitian.....	47
F. Metode Pengumpulan Data.....	48
G. Metode Analisis Data.....	49
1. <i>Evaluasi Measurement Model</i>	50
2. <i>Goodness of Fit (GoF) Model</i>	53
BAB IV.....	55
Hasil dan Pembahasan.....	55
A. Gambaran Umum.....	55
B. Statistik Deskriptif.....	56
1. Deskripsi Responden.....	57
Deskripsi Variabel.....	60
C. Hasil Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	63
1. Evaluasi Uji Model Pengukuran (Outer Model).....	64
2. Evaluasi Measurement (Inner Model).....	72
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	75
BAB V.....	78
KESIMPULAN DAN SARAN.....	78
A. Kesimpulan.....	78
B. Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA.....	82
LAMPIRAN.....	87

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Indeks Kualitas Lingkungan Hidup (IKLH).....	3
Tabel 1. 2 Top Item Berdasarkan Kategori di Toko Saruga	6
Tabel 1. 3 Data Penjualan Toko Saruga.....	7
Tabel 1. 4 Hasil Survei Awal (Pendahuluan).....	9
Tabel 2. 1 Perbedaan Pemasaran Tradisional dengan Pemasaran Hijau	16
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu.....	34
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	44
Tabel 3. 2 Instrumen Skala Likert	47
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden.....	57
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	57
Tabel 4. 3 Tempat Tinggal Responden.....	58
Tabel 4. 4 Pekerjaan Responden.....	59
Tabel 4. 5 Penghasilan	59
Tabel 4. 6 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Product Knowledge.....	60
Tabel 4. 7 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Green Packaging	61
Tabel 4. 8 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Perceived Value	62
Tabel 4. 9 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Purchase Intention.....	63
Tabel 4. 10 Hasil Pengujian Convergent Validity.....	65
Tabel 4. 11 Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE).....	67
Tabel 4. 12 Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE) (Modifikasi).....	67
Tabel 4. 13 Hasil Uji Discriminant Validity (Cross Loading).....	68
Tabel 4. 14 Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE).....	70
Tabel 4. 15 Hasil Uji Discriminant Validity (Fornell Larcker Critetion).....	70
Tabel 4. 16 Hasil Pengujian Composite Reliability dan Cronbach's Alpha	71
Tabel 4. 17 Hasil Uji Nilai R-Square (R^2).....	72
Tabel 4. 18 Hasil Pengujian Hipotesis.....	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Vol. Sampah di Kota Metropolitan dan Kota Besar di Indonesia	3
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	39
Gambar 4. 1 Hasil Algoritma PLS.....	65
Gambar 4. 2 Hasil Uji Bootstrapping	75



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian	86
Lampiran 2: Hasil Output SPSS 23	92
Lampiran 3: Hasil Output PLS	103

