

**PENGARUH PERIKLANAN HIJAU TERHADAP SIKAP
LINGKUNGAN DAN MINAT BELI PRODUK RAMAH
LINGKUNGAN**

(Studi pada Produk Garnier)

SKRIPSI



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Nama : Putri Rakhmatia Nabahani
NIM : 43118010347

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

JAKARTA

2022

**PENGARUH PERIKLANAN HIJAU TERHADAP SIKAP
LINGKUNGAN DAN MINAT BELI PRODUK RAMAH
LINGKUNGAN**

(Studi pada Produk Garnier)

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 : Putri Rakhmatia Nabahani
NIM : 43118010347

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2022

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Putri Rakhmatia Nabahani
NIM : 43118010347
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Periklanan Hijau Terhadap Sikap Lingkungan dan Minat Beli Produk Ramah Lingkungan (Studi pada Produk Garnier)
Tanggal Sidang : 2 Maret 2022

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Daru Asih, SE., M.Si

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.



Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

LPTA 03221053



Please Scan QRCode to Verify

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Putri Rakhmatia Nabahani

NIM : 43118010347

Program Studi : 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, 8 Maret 2022



Putri Rakhmatia Nabahani

NIM: 43118010347

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas seluruh rahmat, anugerah, serta karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Periklanan Hijau terhadap Sikap Lingkungan dan Minat Beli Produk Ramah Lingkungan”. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Tidak sedikit kendala serta rintangan yang harus dihadapi oleh peneliti selama masa penyusunan skripsi. Peneliti berterima kasih kepada Ibu Dr. Daru Asih, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, ilmu, saran, serta dukungan dan motivasi selama penyusunan skripsi. Peneliti juga berterima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ngadino Surip, M.Si selaku Rektor Universitas Mercu Buana;
2. Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana;
3. Bapak Dr. H. Sonny Indrajaya, MM selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana;
4. Seluruh dosen program studi S1 Manajemen, Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan ilmu-ilmu serta pengetahuan mengenai Manajemen;
5. Teman-temanku di Program Studi Manajemen S1 FEB UMB Angkatan 2018, atas segala dukungan dan diskusi dalam penyusunan skripsi ini
6. Teman-temanku di Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Mercu Buana English Club (MBEC), atas segala dukungan dan motivasi selama masa penyusunan skripsi,
7. Teristimewa, Ibunda tercinta, Imelda, serta kakak dan adikku atas segala perhatian, dukungan moral maupun materil, nasihat, serta seluruh do'a yang tidak ada hentinya ditujukan kepada peneliti,
8. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan secara langsung maupun tidak langsung.

Terlepas dari segala usaha yang telah dilakukan peneliti dalam penyelesaian ini, peneliti menyadari bahwa tidak luput dari kesalahan dan masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan segala bentuk saran dan kritik yang membangun agar mampu meningkatkan kualitas skripsi ini. Akhir kata, peneliti berharap semoga penelitian ini bermanfaat bagi pembaca dan seluruh pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 8 Maret 2022



Putri Rakhmatia Nabahani



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	16
C. Tujuan Penelitian	16
D. Kontribusi Penelitian	17
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	18
A. Kajian Pustaka	18
1. Perilaku Konsumen	18
2. <i>Green Consumers' Behavior</i> (Perilaku Konsumen Hijau) ..	19
3. <i>Theory of Planned Behavior</i> (Teori Perilaku Terencana)	23
4. Sikap Lingkungan	25
5. Minat Beli Produk Ramah Lingkungan	30
6. Pemasaran Hijau	32
7. Periklanan Hijau	34
B. Penelitian Terdahulu	41
C. Pengembangan Hipotesis	49
1. Hubungan antara Periklanan Hijau dan Minat Beli Produk Ramah Lingkungan	49
2. Hubungan antara Periklanan Hijau dan Sikap Lingkungan .	50

	3.	Hubungan antara Sikap Lingkungan dan Minat Beli Produk Ramah Lingkungan	51
	4.	Hubungan antara Periklanan Hijau, Sikap Lingkungan, dan Minat Beli Produk Ramah Lingkungan	52
	D.	Kerangka Konseptual	54
BAB III		METODE PENELITIAN	55
	A.	Waktu dan Tempat Penelitian	55
	B.	Desain Penelitian.....	55
	C.	Definisi dan Operasionalisasi Variabel	55
	1.	Definisi Variabel	55
	2.	Operasionalisasi Variabel	58
	D.	Skala Pengukuran Variabel	60
	E.	Populasi dan Sampel Penelitian	61
	1.	Populasi Penelitian.....	61
	2.	Sampel Penelitian.....	62
	F.	Metode Pengumpulan Data.....	63
	G.	Metode Analisis Data	64
	1.	Analisis Statistik Deskriptif	64
	2.	Metode <i>Structural Equation Modeling - Partial Least Square</i>	65
BAB IV		HASIL DAN PEMBAHASAN	72
	A.	Gambaran dan Objek Penelitian.....	72
	B.	Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	73
	1.	Hasil Analisis Deskriptif Responden	74
	2.	Hasil Analisis Deskriptif Variabel	77
	C.	Hasil Analisis Data SEM-PLS	81
	1.	Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	81
	2.	Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	88
	D.	Pembahasan Hasil Penelitian	95
	1.	Pengaruh Periklanan Hijau Terhadap Minat Beli Produk Ramah Lingkungan	95
	2.	Pengaruh Periklanan Hijau Terhadap Sikap Lingkungan	97

3.	Pengaruh Sikap Lingkungan Terhadap Minat Beli Produk Ramah Lingkungan	98
4.	Sikap Lingkungan memediasi pengaruh Periklanan Hijau terhadap Minat Beli Produk Ramah Lingkungan	100
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	102
A.	Kesimpulan	102
B.	Saran.....	103
	DAFTAR PUSTAKA	105
	LAMPIRAN	114



DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 1.1	Pra Survei Sikap Lingkungan	7
Tabel 1.2	Pra Survei Periklanan Hijau dan Minat Beli Produk Ramah Lingkungan	14
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	41
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel	58
Tabel 3.2	Skala Likert	61
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	74
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	75
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pendidikan	76
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	77
Tabel 4.5	Uji Deskriptif Variabel Periklanan Hijau	78
Tabel 4.6	Uji Deskriptif Variabel Sikap Lingkungan	79
Tabel 4.7	Uji Deskriptif Variabel Minat Beli Produk Ramah Lingkungan	80
Tabel 4.8	Hasil Algoritma PLS	82
Tabel 4.9	Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	83
Tabel 4.10	Nilai <i>Cross Loading</i> (Uji Validitas Diskriminan)	84
Tabel 4.11	Nilai Fornell-Larcker (Uji Validitas Diskriminan)	86
Tabel 4.12	Hasil Uji Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)	87
Tabel 4.13	Nilai Cronbach's Alpha dan <i>Composite Reliability</i>	88
Tabel 4.14	Nilai VIF	89
Tabel 4.15	Nilai <i>R-Square</i>	90
Tabel 4.16	Tabel Nilai <i>F-Square</i>	91
Tabel 4.17	Hasil Uji Nilai <i>Q-Square</i>	92
Tabel 4.19	Hasil Uji Hipotesis	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 1.1	Rata-Rata Perubahan Suhu Global per Dekade	1
Gambar 1.2	Sampah Plastik di Asia Tenggara	2
Gambar 1.3	Pengelolaan Sampah di Indonesia	3
Gambar 1.4	Penggunaan Pembungkus Paket di Jabodetabek	4
Gambar 1.5	Kategori Produk Terlaku di Shopee	4
Gambar 1.6	Faktor yang Memengaruhi Pembelian Produk Kecantikan	6
Gambar 1.7	Iklan Poster Kampanye Garnier	10
Gambar 1.8	Peringkat Produk Kecantikan di Dunia Tahun 2021	12
Gambar 2.1	<i>Theory of Planned Behavior</i>	23
Gambar 2.2	<i>The Five Ms</i>	39
Gambar 2.3	Kerangka Konseptual	54
Gambar 4.1	Hasil Algoritma PLS	82
Gambar 4.2	Hasil Uji <i>Bootstrapping</i>	93

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
Lampiran 1.	Kuesioner Survei Awal	114
Lampiran 2.	Kuesioner Penelitian	115
Lampiran 3.	Hasil <i>Output</i> SPSS 26	121
Lampiran 4.	Hasil <i>Output</i> SmartPLS 3.0	122

