

**PENGARUH *DRIVE FOR ENVIRONMENTAL
RESPONSIBILITY* DAN *GREEN MARKETING* TERHADAP
ENVIRONMENTAL KNOWLEDGE DAN DAMPAKNYA PADA
KEPUTUSAN PEMBELIAN**

(Studi Kasus Kampanye Gerakan #*Change4Future* FamilyMart di Jakarta)

SKRIPSI



Nama : Ismawati

Nim : 43116120173

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

2021

**PENGARUH *DRIVE FOR ENVIRONMENTAL*
RESPONSIBILITY DAN *GREEN MARKETING* TERHADAP
ENVIRONMENTAL KNOWLEDGE DAN DAMPAKNYA PADA
KEPUTUSAN PEMBELIAN**

(Studi Kasus Kampanye Gerakan *#Change4Future* FamilyMart di Jakarta)

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana

Jakarta



Nama : Ismawati
Nim : 43116120173

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2021**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ismawati
NIM : 43116120173
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).

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Demikian Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 8 Agustus 2021



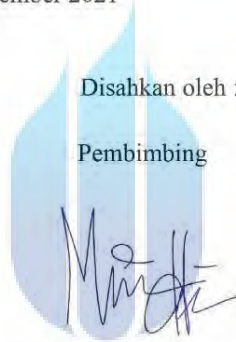
NIM 43116120173

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Ismawati
NIM : 43116120173
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Drive For Environmental Responsibility Dan Green Marketing Terhadap Environmental Knowledge Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Studi Kasus Kampanye Gerakan #Change4Future FamilyMart di Jakarta)
Tanggal Sidang : 16 September 2021

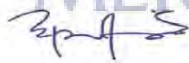
Disahkan oleh :

Pembimbing



Febrina Mahliza, SE., M.Si

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

LPTA 10210638



Please Scan QRCode to Verify

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan judul **“Pengaruh *Drive For Environmental Responsibility* dan *Green Marketing* Terhadap *Environmental Knowledge* dan dampaknya pada Keputusan Pembelian”** dengan baik. Proposal skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan proposal skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Ibu Febriana Mahliza, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasihat-nasihat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ucapkan alhamdulillah atas kekuasaan Allah SWT yang telah mencurahkan anugerahnya dan ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Prof.Dr. Ngadino Surip, MS., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu 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 Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.
4. Orang tua tercinta Bapak Manip, Ibu Limah, kakak saya Siti Nurmayana dan Yati Susanti serta adik saya Irfan Firmansyah yang selalu memberikan doa, dorongan serta inspirasi yang tak ternilai harganya serta semua dukungan baik moral maupun material.
5. Bapak Amzad Samudro, SE, MM., selaku Dosen Metode Penelitian yang telah memberikan penjelasan tentang tata cara penulisan skripsi ini.
6. Seluruh dosen dan staff Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
7. Mba RA. Garjita Arum Sari dan Ibu Aprisya Siregar yang telah membantu dan memberikan semangat motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Rani Novita sari yang telah membantu dan memberikan masukan dan motivasi untuk mengerjakan skripsi ini.
9. Teman seperjuangan di FEB Manajemen Pemasaran Aresti dan Sulistia ningsih dari FEB Manajemen Pemasaran yang begitu banyak kenangan bersamanya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa proposal skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga proposal skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan

dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam proposal skripsi ini.

Jakarta, 30 Juni 2021



Ismawati



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	12
C. Tujuan Penelitian	13
D. Kontribusi Penelitian.....	14
1. Kontribusi Praktis	14
2. Kontibusi Akademis.....	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	15

A.	KAJIAN PUSTAKA.....	15
1.	Manajemen Pemasaran.....	15
2.	Fungsi Manajemen Pemasaran.....	17
3.	Tujuan Manajemen Pemasaran	20
4.	Perilaku Konsumen (<i>consumer behavior</i>).....	20
5.	Keputusan Pembelian (<i>buying decision</i>).....	23
6.	Pengetahuan Lingkungan (<i>Environmental Knowledge</i>).....	31
7.	Dorongan Tanggung Jawab terhadap Lingkungan (<i>Drive For Environmental Responsibility</i>).....	34
8.	Pemasaran Hijau (<i>Green Marketing</i>).....	36
B.	PENELITIAN TERDAHULU.....	39
C.	PENGEMBANGAN HIPOTESIS DAN KERANGKA PEMIKIRAN....	44
1.	Pengembangan Hipotesis	44
2.	Hipotesis.....	48
3.	Kerangka Pemikiran.....	49
BAB III	METODE PENELITIAN.....	50
A.	Waktu dan Tempat Penelitian.....	50
1.	Waktu penelitian	50
2.	Tempat Penelitian.....	50
B.	Desain Penelitian.....	51
C.	Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	52
1.	Definisi variabel.....	52

2. Definisi Operasional.....	54
D. Skala Pengukuran.....	59
E. Populasi Dan Sampel Penelitian	60
1. Populasi.....	60
2. Sampel Penelitian.....	61
F. Teknik pengumpulan data.....	62
G. Jenis data penelitian	63
H. Metode Analisis Data.....	63
1. Analisis Statistik Deskriptif	64
2. Analisis Statistik Inferensial	65
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	69
A. Analisis Deskriptif.....	69
1. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	69
2. Deskripsi Responden.....	71
3. Deskripsi Variabel.....	75
B. Uji Instrumen	82
1. Hasil Uji Validitas.....	82
2. Hasil Uji Reliabilitas.....	85
C. Analisis Partial Least Square	86
1. Evaluasi <i>Measurement (outer)</i> Model.....	86
2. Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>).....	96

D. Pembahasan Hasil Penelitian	101
1. Pengaruh <i>Drive For Environmental Responsibility</i> Terhadap <i>Environmental Knowledge</i>	101
2. Pengaruh <i>Drive For Environmental Responsibiliy</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	103
3. Pengaruh Green Marketing Terhadap Environmental Knowledge	104
4. Pengaruh <i>Green Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian	105
5. Pengaruh <i>Environmental Knowledge</i> Terhadap Keputusan Pembelian 106	
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	108
A. Simpulan	108
B. Saran.....	109
DAFTAR PUSTAKA	111
LAMPIRAN.....	115

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Data Populasi Tertinggi Sampah Plastic di 20 Negara.....	2
Tabel I.2 HASIL PRA-SURVEI PADA KONSUMEN FAMILYMART	9
Tabel II.1 Penelitian terdahulu.....	40
Tabel III.1 Operasional Variabel.....	54
Tabel III.2 INSTRUMEN SKALA LIKERT.....	60
Tabel III.3 PERHITUNGAN SAMPLE	62
Tabel IV.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	72
Tabel IV.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	73
Tabel IV.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	73
Tabel IV.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan	74
Tabel IV.5 Hasil Deskripsi Variabel <i>Drive For Environmental Responsibility</i> ...	75
Tabel IV.6 Hasil Deskripsi Variabel Green Marketing	77
Tabel IV.7 Hasil Deskripsi Variabel Environmental Knowledge.....	79
Tabel IV.8 Hasil Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian.....	80
Tabel IV.9 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y2)	83
Tabel IV.10 Hasil Uji Validitas Variabel Environmental Knowledge (Y1).....	83
Tabel IV.11 Hasil Uji Validitas Variabel Drive For Environmental Responsibility (X1).....	84
Tabel IV.12 Hasil Uji Validitas Variabel Green Marketing (X2).....	85
Tabel IV.13 Hasil Uji Reliabilitas.....	86
Tabel IV.14 Hasil Pengujian Convergent Validity	87

Tabel IV.15 Hasil Pengujian Convergent Validity (Modifikasi).....	90
Tabel IV.16 Hasil Pengujian Discriminant Validity (Cross loadings).....	92
Tabel IV.17 Discriminant Validity-Fornell Larcker Criterion.....	94
Tabel IV.18 Hasil Pengujian Average Variance Extracted (AVE).....	95
Tabel IV.19 Hasil Pengujian Composite Reliability & Cronbach's Alpha	95
Tabel IV.20 Nilai R ² Variabel Endogen	96
Tabel IV.21 Hasil Pengujian Hipotesis.....	99



DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Populasi sampah plastik dunia	3
Gambar I.2 Kode jenis Plastik	5
Gambar I.3 Manajemen sampah plastik Indonesia	6
Gambar I.4 Penjualan produk ramah lingkungan FamilyMart di Indonesia.....	7
Gambar I.5 Penjualan produk ramah lingkungan FamilyMart tingkat Global	8
Gambar II.1 Tahap-Tahap Proses Keputusan Pembelian	25
Gambar II.2 Rangka Pemikiran.....	49
Gambar IV.1 Hasil Alogaritma PLS	89
Gambar IV.2 Hasil Alogaritma PLS (modifikasi)	91
Gambar IV.3 Hasi Uji Bootstraping.....	98

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner.....	115
Lampiran 2 : Hasil Kuesioner	120
Lampiran 3: Hasil Uji Instrumen	135
Lampiran 4 : Hasil Output PLS.....	136
Lampiran 5 : Chart	141

