



**PENGARUH PEMASARAN HIJAU, KESADARAN  
MEREK, DAN SIKAP TERHADAP MINAT BELI  
KONSUMEN SENSATIA BOTANICALS**

**TESIS**

UNIVERSITAS  
**PUTU PANJI ADITYA ARSANA PUTRA**  
55120110012

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN  
PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
TAHUN 2023**



**PENGARUH PEMASARAN HIJAU, KESADARAN  
MEREK, DAN SIKAP TERHADAP MINAT BELI  
KONSUMEN SENSATIA BOTANICALS**

**TESIS**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Pascasarjana  
Program Studi Magister Manajemen

**MERCU BUANA**

**PUTU PANJI ADITYA ARSANA PUTRA  
55120110012**

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN  
PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
TAHUN 2023**

## LEMBAR PENGESAHAN

**Judul** : Pengaruh Pemasaran Hijau, Kesadaran Merek, dan Sikap Terhadap  
Minat Beli Konsumen Sensatia Botanicals  
**Bentuk Tesis** : Penelitian / Kajian Masalah Perusahaan  
**Nama** : Putu Panji Aditya Arsana Putra  
**NIM** : 55120110012  
**Program** : Magister Manajemen  
**Tanggal** : 17 Juni 2023

Mengesahkan,  
Pembimbing



Dr. Daru Asih M.Si

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi Magister  
Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak



Dr. Lenny C. Nawangsari, MM

## LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini:

Judul : Pengaruh Pemasaran Hijau, Kesadaran Merek, dan Sikap Terhadap Minat Beli Konsumen Sensatia Botanicals  
Bentuk Tesis : Penelitian / Kajian Masalah Perusahaan  
Nama : Putu Panji Aditya Arsana Putra  
NIM : 55120110012  
Program : Magister Manajemen  
Tanggal : 17 Juni 2023

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Program Studi Pascasarjana Universitas Mercu Buana. Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data dan hasil pengolahan data yang disajikan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 17 Juni 2023



Putu Panji Aditya Arsana Putra

## KATA PENGANTAR

Om Swastyastu. Om Astungkara, puji dan syukur penulis panjatkan kepada Ida Sang Hyang Widhi Wasa atas segala karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tesis yang berjudul: “Pengaruh Pemasaran Hijau, Kesadaran Merek, dan Sikap Terhadap Minat Beli Konsumen Sensatia Botanicals”. Tesis ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Penyusunan Tesis ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Secara khusus penulis menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Dr. Daru Asih sebagai pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan diskusi yang intensif terkait tesis penulis. Dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Tesis ini terutama kepada:

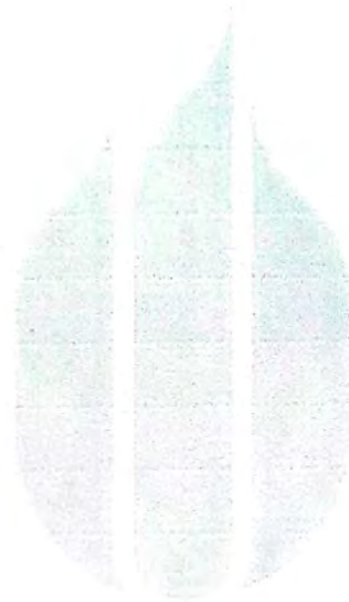
1. Prof. Dr. Andi Adriansyah, M.Eng, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Lenny Christina Nawangsari, S.T, MM, selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen, Pascasarjana, Universitas Mercu Buana.
4. Dosen Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana, Jakarta yang telah memberikan pengetahuan dan pengalamannya di dunia akademisi.
5. Teristimewa kepada Ibu, istri, anak, dan adik-adik penulis yang selalu memberikan doa, semangat, dan dukungan.
6. Teman-teman marketing Menteng yang sudah berjuang Bersama.
7. Kepada diri sendiri yang sudah bekerja keras untuk bekerja sekaligus menyelesaikan studi S2.

Penulis menyatakan permintaan maaf apabila terdapat beberapa kesalahan dan kekurangan dalam penelitian ini, karena sesungguhnya kesempurnaan hanya milik Tuhan Yang Maha Esa. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Akhir kata, semoga Tesis ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 17 Juni 2023



Putu Panji Aditya Arsana Putra



MERCU BUANA

## PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Putu Panji Aditya Arsana Putra  
NIM : 55120110012  
Program Studi : Magister Manajemen

dengan judul

“*Pengaruh Pemasaran Hijau, Kesadaran Merek, dan Sikap Terhadap Minat Beli Konsumen Sebsatia Botanicals*”,

telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 31/03/2023, didapatkan nilai persentase sebesar 27 %.

Jakarta, 3 April 2023

Administrator Turnitin

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Arie Pangudi, A.Md

## DAFTAR ISI

<i>ABSTRACT</i> .....	i
ABSTRAK .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
LEMBAR PERNYATAAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
PERNYATAAN <i>SIMILARITY CHECK</i> .....	vii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	14
1.3. Tujuan Penelitian.....	14
1.4. Kontribusi Penelitian.....	15
<b>BAB II</b> .....	<b>16</b>
<b>KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN</b> .....	<b>16</b>
2.1. Kajian Teori.....	16
2.2. Penelitian Terdahulu.....	24
2.3. Pengembangan Hipotesis .....	37
2.4. Kerangka Pemikiran .....	42
2.5. Hipotesis .....	42
<b>BAB III</b> .....	<b>44</b>
<b>METODE PENELITIAN</b> .....	<b>44</b>
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian.....	44
3.2 Desain Penelitian .....	44
3.3 Definisi Operasional Variabel .....	45



3.4	Skala Pengukuran Variabel .....	48
3.5	Populasi dan Sampel .....	48
3.6	Metode Pengumpulan Data .....	50
3.7	Pilot Test.....	50
3.8	Analisis Deskriptif.....	53
3.9	Metode Analisis Data .....	54
<b>BAB IV</b>	.....	<b>61</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	.....	<b>61</b>
4.1	Deskripsi Perusahaan .....	61
4.2	Analisis Data Deskriptif .....	62
4.3	Hasil Analisis <i>Partial Least Square</i> .....	67
4.4.	Pembahasan Hasil Penelitian .....	81
<b>BAB V</b>	.....	<b>88</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>	.....	<b>88</b>
5.1	Kesimpulan .....	88
5.2	Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA	.....	95
LAMPIRAN	.....	104
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	.....	158

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Perbandingan merek <i>skincare</i> yang menggunakan strategi Green Marketing .....	6
Tabel 1.2. Tabel Pra Survey .....	12
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu .....	24
Tabel 3.1. Operasional Variabel.....	41
Tabel 3.2. Instrumen Skala Likert.....	42
Tabel 3.3. Karakteristik Responden Pilot Test .....	45
Tabel 3.4. Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Pilot Test .....	45
Tabel 3.5. Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	47
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	58
Tabel 4.3. Analisa Jawaban Responden Terhadap Variabel Pemasaran Hijau.....	58
Tabel 4.4. Analisa Jawaban Responden Terhadap Variabel Kesadaran Merek.....	59
Tabel 4.5. Analisa Jawaban Responden Terhadap Variabel Sikap .....	60
Tabel 4.6. Analisa Jawaban Responden Terhadap Minat Beli.....	61
Tabel 4.7. Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> .....	64
Tabel 4.8 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> Modifikasi .....	65
Tabel 4.9. Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Cross Loadings)</i> .....	67
Tabel 4.10. Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Fornell-Lacker Criterion)</i> ...	69
Tabel 4.11. Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Heterotrait-Monotrait Ratio)</i> .....	69
Tabel 4.12. Hasil Pengujian AVE ( <i>Average Variance Extracted</i> ).....	70
Tabel 4.13. Hasil Pengujian <i>Validity dan Reliability Construct</i> .....	71
Tabel 4.14. Hasil Uji <i>R-Square</i> .....	72
Tabel 4.15. Hasil Uji <i>f-Square</i> .....	73
Tabel 4.16. Hasil Pengujian Redudansi Validasi-Silang Konstruk.....	73
Tabel 4.17. Hasil Pengujian Hipotesis .....	74
Tabel 4.18. Hasil Pengujian Mediasi .....	75

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Grafik Potensi Pasar Kosmetik. ....	3
Gambar 1.2. Grafik Seberapa Penting Produk Eco-Friendly Menurut Wanita Indonesia (berdasarkan generasi).....	4
Gambar 1.3. Produk Sensatia Botanicals .....	6
Gambar 1.4. Grafik Data Pencarian Produk Kecantikan. ....	8
Gambar 1.5. Grafik Produk Skincare Yang Paling Sering Digunakan Di Indonesia .....	9
Gambar 1.6. Grafik 10 <i>Brand Skincare</i> Terlaris di <i>E-Commerce</i> .....	10
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran.....	42
Gambar 3.1. Model Konseptual dan Statistik Mediasi Sederhana.....	53
Gambar 4.1. Hasil Algoritma PLS .....	65
Gambar 4.2. Hasil Algoritma PLS (Modifikasi).....	66
Gambar 4.3. Hasil Uji <i>Boostrapping</i> .....	76
Gambar 4.4. <i>Path Coefficients</i> .....	76

MERCU BUANA

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuisisioner. ....	99
Lampiran 2: Tabulasi Jawaban Responden.....	104
Lampiran 3: Tabulasi Variabel .....	115
Lampiran 4: Hasil Olah Data PLS .....	128
Lampiran 5: Grafik Kuisisioner G-Form .....	140

