

**PENGARUH *TRUST IN SUSTAINABLE PRODUCERS*,
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN *GREEN
MARKETING AWARENESS* TERHADAP NIAT BELI
GENERASI Z PADA PRODUK *QYOS REFILL STATION*
(Studi Kasus Pada PT Unilever Tbk)**

SKRIPSI



Nama : Indah Nuraini
Nim : 43119010129

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2024**

**PENGARUH *TRUST IN SUSTAINABLE PRODUCERS*,
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN GREEN
MARKETING AWARENESS TERHADAP NIAT BELI
GENERASI Z PADA PRODUK QYOS REFILL STATION
(Studi Kasus Pada PT Unilever Tbk)**

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



Nama : Indah Nuraini

Nim : 43119010129

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2024**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Indah Nuraini

Nim : 43119010129

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). Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 26 Februari 2024

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Indah Nuraini

NIM : 43119010129

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Indah Nuraini
NIM : 43119010129
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Trust in Sustainable Producers, Corporate Social Responsibility dan Green Marketing Awareness Terhadap Niat Beli Generasi Z Pada Produk Qyos Refill Station (Studi Kasus Pada PT Unilever Tbk)
Tanggal Sidang : 15 Februari 2024

Disahkan oleh :

Pembimbing



Ali Hanafiah, SE., MM., DBA

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dudi Permana, Ph.D

LPTA 02243464



Please Scan QRCode to Verify

ABSTRAK

Perkembangan ekonomi global yang tidak berkelanjutan dapat membawa dampak negative terhadap lingkungan dan kualitas hidup manusia. Pertumbuhan ekonomi yang tidak seimbang dapat menyebabkan penurunan sumber daya alam. Tentunya hal ini menjadi dampak buruk pada Kesehatan manusia dan lingkungan. Kerusakan lingkungan dan buruknya kualitas hidup manusia mempengaruhi pertumbuhan ekonomi dalam jangka Panjang. Maka dengan itu diperlukannya sebuah peran dalam salah satu kelompok Masyarakat yang dapat berpartisipasi untuk turut mendukung dalam mengatasi ketidak seimbangan ekonomi dan kualitas lingkungan hidup ini ialah generasi Z. Penelitian ini bertujuan untuk menguji Pengaruh *Trust in Sustainable Producers*, *Corporate Social Responsibility*, dan *Green Marketing Awareness* terhadap niat beli generasi Z pada produk ramah lingkungan *Qyos Refill Station*. Subjek dalam penelitian ini ialah Generasi Z yang peduli terkait isu lingkungan hidup, sampel dalam penelitian ini adalah 170 responden pada Generasi Z yang memiliki rentang usia 17 sampai dengan 27 tahun wilayah Jakarta. Metode penarikan sample menggunakan *nonprobability sampling* dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode pengumpulan data diperoleh melalui kuesioner. Metode analisis dan uji hipotesis data tersebut dilakukan dengan menggunakan *SmartPLS 3.0*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Trust in Sustainable Producers* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Beli, *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Beli. *Green Marketing Awareness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli.

Kata kunci: *Trust in sustainable producers*, *Corporate Social Responsibility*, *Green Marketing Awareness*

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

Unsustainable global economic development can have a negative impact on the environment and human quality of life. Unbalanced economic growth can cause a decline in natural resources. Of course, this has a negative impact on human health and the environment. Environmental damage and poor quality of human life affect economic growth in the long term. Therefore, there is a need for a role in one of the community groups that can participate in supporting the overcoming of economic imbalance an environmental quality, namely Generation Z. This research aims to examine the influence of Trusr in Sustainable Producers, Corporate Social Responsibility, and Green Marketing Awareness. On generation Z purchasing intentions for environmentally friendly product, Qyos Refill Station. The subjects in this research are Generation Z who care about environmental issues. The sample in this study was 170 respondents in generation Z who had an age range of 17 to 27 years in the Jakarta area. The sampling method uses nonprobability sampling using purposive sampling techniques. The data collection method was obtained through a questionnaire. The data analysis and hypothesis testing methong was carried out using SmartPLS 3.0. Trust in Sustainable Producers has a positive and significant on Purchase Intentions, Corporate Social Responsibility has a positive and significant on Purchase Intentions, Green Marketing Awareness has a positive and significant on Purchase Intention.

Keywords: Trust in sustainable producers, Corporate Social Responsibility, Green Marketing Awareness

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmatnya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh *Trust in Sustainable Producers, Corporate Social Responsibility* dan *Green Marketing Awareness* Terhadap Niat Beli Generasi Z pada produk *Qyos Refill Station* (Studi Kasus Pada PT Unilever Tbk)”**. 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 skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari pihak, khususnya Bapak Ali Hanafiah, SE., MM., DBA, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis haturkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah mencurahkan anugerahnya dan ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Prof. Dr. Andi Adriansyah, M. Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

3. Dudi Permana, MM, Ph.D, selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Jajaran sekretaris program studi manajemen S1, Bapak Eri Marlapa, SE., MM., dan Ibu Dr. Aldina Shiratina, SE., M.Si selaku sekretaris I dan II program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercubuana
5. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang sudah memberikan segenap ilmunya.
6. Keluarga khususnya kedua orang tua saya, Bapak Mujiono dan Ibu Hamiati yang selalu memberikan do'a, semangat, dan dukungan.
7. PT Unilever Tbk yang telah membantu sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini, serta narasumber yang memberikan data-data yang valid sehingga saya dapat menyelesaikan proposal skripsi ini.
8. Kepada Kaka kandung saya, apt. Syifa Aulia Utami., S.Farm., yang selalu menyemangati dan mendukung secara moril dan materil.
9. Kepada sahabat kecil saya Nida Asriya, S.Pd., Maryama Anajilah, Maria Julieta, Firzi Nurazizah yang selalu memberikan dukungan.
10. Kepada sahabat saya yang berada di lingkup Universitas Mercu Buana Fadilah Siti Rahayu, Rosmiati, Salsa Syahnas yang selalu memberikan dukungan sejak awal perkuliahan hingga saat ini.
11. Seluruh kerabat saya yang ada pada Fwend's yang selalu memberikan semangat serta dukungan.

12. Seluruh Mahasiswa/i sebimbangan khususnya Suci Nirma Lestia, Desy Nuraini, Alifia Putri yang telah mendukung, membantu, dan selalu memberikan semangat.
13. Seluruh keluarga besar prodi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana, terima kasih atas segala dukungan sejak awal perkuliahan hingga saat ini.
14. Himpunan Mahasiswa Islam Komisariat (HMI) Mercu Buana, dan Unit Kegiatan Khusus (UKK OASE) yang sudah mampu memberikan pengalaman berharga dalam berorganisasi.
15. Pihak-pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terimakasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena pengetahuan dan pengalaman penulis yang amat sangat masih terbatas. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritikan yang dapat membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat serta dapat menambah pengetahuan. Dengan segala kerendahan diri, akhir kata penulis memohon maaf apabila ada kesalahan dalam skripsi ini.

Jakarta, 26 Februari 2024

Indah Nuraini

NIM: 43119010129

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	19
C. Tujuan Penelitian	19
D. Kontribusi Penelitian.....	20
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	21
A. Kajian Pustaka.....	21
1. Pengertian <i>Trust in Sustainable Producers</i>	21
2. Pengertian <i>Corporate Social Responsibility</i>	26
3. <i>Green Marketing Awareness</i>	33
4. Niat Pembelian	35
5. <i>Grand Theory</i>	39
6. Penelitian Terdahulu	41
B. Kerangka Konseptual	46
C. Pengembangan Hipotesis	46
1. Hubungan antara <i>Trust in Sustainable Producers</i> dengan Niat Beli	47
2. Hubungan antara <i>Corporate Social Responsibility</i> dengan Niat Beli	47
3. Hubungan antara <i>Green Marketing Awareness</i> dengan niat beli	48

BAB III METODE PENELITIAN	49
A. Waktu dan Tempat Penelitian	49
B. Desain Penelitian.....	49
C. Definisi dan Operasional Variabel	50
1. Variabel Penelitian	50
2. Operational Variabel	51
D. Skala Pengukuran Variabel	53
E. Populasi dan Sampel Penelitian	54
1. Populasi	54
2. Sampel Penelitian	55
F. Metode Pengumpulan Data	56
G. Metode Analisis Data	56
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	65
A. Analisis Deskriptif	65
1. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	65
2. Karakteristik Responden	66
3. Hasil Deskripsi Variabel	69
B. Metode Analisis Data	75
1. Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	75
2. Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	82
C. Pembahasan Hasil Penelitian	89
1. H1 : Pengaruh <i>Trust in Sustainable Producers</i> (X1) Terhadap Niat Beli (Y)	89
2. H2 : Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> (X2) Terhadap Niat Beli (Y)	90
3. H3 : Pengaruh <i>Green Marketing Awareness</i> (X3) terhadap Niat Beli (Y)	90

BAB V PENUTUP	92
A. Kesimpulan	92
B. Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN	104



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1. 1	Hasil Prasurei Pada Niat Beli Produk Qyos Refill Station	16
2. 1	Penelitian Terdahulu	42
3. 1	Operasional Variabel.....	53
3. 2	Pengukuran Variabel Penelitian	54
4. 1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	66
4. 2	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	67
4. 3	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	68
4. 4	Deskripsi Responden Berdasarkan Domisili.....	70
4. 5	Deskriptif Variable Niat beli	70
4. 6	Deskriptif Variabel Trust in Sustainable Producers.....	72
4. 7	Deskriptif Variabel Corporate Social Responsibility	73
4. 8	Deskriptif Variabel Green Marketing Awareness.....	74
4. 9	Hasil Pengujian Convergen Validity dan Reliability Result.....	78
4. 10	Cross Loading	80
4. 11	Hasil Uji Discriminant Validity (Fornell Larcker Critetion)	82
4. 12	Hasil Discriminant Validity (Heterotrait – Monotrait Ration (HTMT)).....	82
4. 13	Hasil Uji Variance Inflation Factor (VIF).....	84
4. 14	Hasil Uji R-Square	85
4. 15	Hasil Uji f^2 Effect Size	85
4. 16	Hasil Uji Prediction Relevance (Q^2)	86
4. 17	Hasil Pengujian Hipotesis (Path Coefficients).....	88

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Tabel	Judul	Halaman
1. 1	Komposisi Sampah Nasional Berdasarkan Sumber Sampah	2
1. 2	Data Perusahaan Ramah Lingkungan	5
1. 3	Ketertarikan Anak Muda Terkait Isu Lingkungan Hidup	8
1. 4	<i>Plastic Waste Generation By Industrial Sector</i>	9
1. 5	<i>Gerakan Zero Waste</i>	11
2. 1	Kerangka Konseptual	46
4. 1	Hasil Alogitma	77
4. 2	Hasil Uji Bootstrapping.....	88



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

Tabel	Judul	Halaman
1	Prasurvei.....	106
2	Kuesioner Penelitian	108
3	Hasil Rekapitulasi Jawaban Responden.....	115
4	Penelitian Terdahulu	133
5	Informan Responden	137



UNIVERSITAS
MERCU BUANA