

**PENGARUH PRODUK HIJAU, PERSEPSI HARGA DAN
SIKAP LINGKUNGAN TERHADAP MINAT BELI
PRODUK SENALEEN**

SKRIPSI



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2023**

**PENGARUH PRODUK HIJAU, PERSEPSI HARGA DAN
SIKAP LINGKUNGAN TERHADAP MINAT BELI
PRODUK SENALEEN**

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



Nama : Firza Intan Ardheta
NIM : 43120010267

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2023**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Firza Intan Ardheta
NIM : 43120010267
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Produk Hijau, Persepsi Harga, dan Sikap Lingkungan Terhadap Minat Beli Produk Senaleen
Tanggal Sidang : 13 Maret 2024

Disahkan Oleh :
Pembimbing



Dr. Aldina Shiratina, S.E., M.Si

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Ketua Program Studi S1 Manajemen



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

Dudi Permana, Ph.D

LPTA 03243668



Please Scan QRCode to Verify

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Firza Intan Ardheta

NIM: 43120010267

Program Studi: Manajemen

Menyatakan bahwa Proposal 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.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 8 Desember 2023



Firza Intan Ardheta

NIM: 43120010267

ABSTRAK

Penelitian ini di latar belakang oleh terjadinya isu kerusakan lingkungan akibat sampah pakaian yang menumpuk, hal tersebut menjadikan pentingnya perhatian terhadap bisnis yang mengutamakan lingkungan dan keberlanjutan yang harus ditingkatkan dalam perekonomian saat ini. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Produk Hijau, Persepsi Harga, Sikap Lingkungan terhadap Minat Beli produk pakaian Senaleen. Populasi dalam penelitian ini adalah followers Instagram Senaleen, sampel yang digunakan adalah 135 followers usia 17-50 tahun yang memiliki kepedulian terhadap lingkungan dan mengetahui brand Senaleen. Sampel tersebut dihitung menggunakan rumus Hair. Metode penarikan sampel menggunakan *Purposive Sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan metode survey, dengan instrumen penelitian berupa kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah *Partial Least Square*. Penelitian ini membuktikan bahwa Produk Hijau berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli. Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli. Sikap Lingkungan tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli.

Kata Kunci: Produk Hijau, Persepsi Harga, Sikap Lingkungan, Minat Beli



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

This study is in the background of the issue of environmental damage caused by clothing garbage accumulation, which highlights the importance of focusing on businesses that prioritize the environment and sustainability, which need to be enhanced in today's economy. This study aims to analyze the effect of Green Products, Price Perceptions, Environmental Attitudes on Buying Interests of Senaleen clothing products. The population in this study were Senaleen Instagram followers, the sample used was 135 followers aged 17-50 years who are concerned about the environment and know the Senaleen brand. The sample is calculated using the Hair formula. Sampling method using Purposive Sampling. The data collection method uses a survey method, with a research instrument in the form of a questionnaire. The data analysis method used is Partial Least Square. According to this, Green Products have a positive and significant effect on Purchase Intention. Price Perception has a positive and significant effect on Purchase Intention. Environmental Attitudes do not have a significant effect on Purchase Intention.

Key Word : Green Product, Perceived Price, Environmental Attitude, Purchase Intention



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan Rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Produk Hijau, Persepsi Harga, dan Sikap Lingkungan Terhadap Minat Beli Produk Senaleen”. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh nilai mata kuliah Metodologi Penelitian Pemasaran dan melanjutkan pada tahap skripsi pada program studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan proposal skripsi ini Alhamdulillah tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan proposal skripsi ini terutama kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Andi Andriansyah, M.Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, MM., Ph.D., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen.
4. Dr. Aldina Shiratina, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing Metodologi Penelitian yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini.

5. Dr. Daru Asih M.Si selaku dosen Mata Kuliah Metodologi Penelitian Pemasaran yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat selama satu semester ini.
6. Dr. Catur Widayati., S.E.,MM., Selaku dosen penguji ujian akhir skripsi yang telah memberikan masukan untuk perbaikan skripsi ini.
7. Ibu Cut Edwina Safia Oebit., S.E., MM., Selaku dosen penguji ujian akhir skripsi yang telah memeberikan saran dan masukan untuk perbaikan skripsi ini sehingga menjadi lebih baik.
8. Seluruh Dosen dan Staf Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis.
9. Seluruh teman-teman Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana Angkatan 2020 yang tidak bisa saya sebutkan satu demi satu.
10. Teristimewa untuk kedua orang tua penulis tercinta Ibu Niken Luki Hapsari dan Bapak Ifan Hermawan yang tidak hentinya memberikan dukungan baik dalam bentuk materi dan doa yang tiada hentinya kepada penulis.
11. Terimakasih kepada Anggie, Frida, Adi yang sudah memberikan semangat dan menjadi teman yang saling membantu dari awal masuk perkuliahan hingga pada saat pengerjaan skripsi ini.
12. Kepada seseorang dengan NIM 43120010451 terimakasih pula untuk dukungannya baik berupa waktu, tenaga, dan bantuannya dalam pengerjaan skripsi ini.
13. Semua pihak yang telah membantu kelancaran penulisan skripsi yang tidak bisa penulis sebutkan satu demi satu.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam proposal skripsi ini. Akhir kata, semoga proposal skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Tangerang, 20 Juni 2023

Firza Intan Ardheta



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	II
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	III
ABSTRAK.....	IV
ABSTRACT.....	V
KATA PENGANTAR.....	VI
DAFTAR ISI.....	IX
DAFTAR TABEL.....	XI
DAFTAR GAMBAR.....	XII
DAFTAR LAMPIRAN.....	XIII
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	12
C. Tujuan Penelitian dan Kontribusi.....	12
BAB II.....	14
KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	14
A. Kajian Pustaka.....	14
1. Manajemen Pemasaran.....	14
1.1 Perilaku Konsumen.....	15
1.2 Theory of Planned Behavior (TPB).....	17
2. Minat Beli.....	19
3. Produk Hijau.....	22
4. Persepsi Harga.....	25
5. Sikap Lingkungan.....	31
6. Penelitian Terdahulu.....	34
B. Pengembangan Hipotesis.....	41
BAB III.....	44
METODE PENELITIAN.....	44
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	44

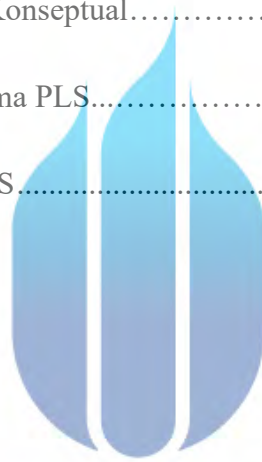
B. Desain Penelitian.....	44
C. Definisi dan Operasional Variabel.....	44
1. Definisi Variabel.....	44
2. Operasionalisasi Variabel.....	47
D. Skala Pengukuran Variabel.....	49
E. Populasi dan Sample Penelitian.....	50
1. Populasi Penelitian.....	50
2. Sampel Penelitian.....	50
F. Metode Pengumpulan Data.....	52
G. Metode Analisis Data.....	52
BAB IV.....	57
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	57
1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	57
2. Statistik Deskriptif.....	58
a. Deskripsi Responden.....	58
b. Deskriptif Variabel.....	60
3. Hasil Analisis Data.....	60
1. Outer Model.....	60
2. Inner Model.....	70
4. Pembahasan.....	74
BAB V.....	79
KESIMPULAN DAN SARAN.....	79
1. Kesimpulan.....	79
2. Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA.....	82
LAMPIRAN.....	88

DAFTAR TABEL

1. 1	Pra-Survei Pengetahuan Produk Pakaian Ramah Lingkungan	7
1. 2	Pra-Survei.....	9
2. 1	Penelitian Terdahulu.....	34
3. 1	Operasionalisasi Variabel.....	47
3. 2	Skor Pengukuran Skala Likert	49
4. 1	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	58
4. 2	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	59
4. 3	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan.....	60
4. 4	Jawaban Responden Variabel Produk Hijau	61
4. 5	Jawaban Responden Variabel Persepsi Harga.....	62
4. 6	Jawaban Responden Variabel Sikap Lingkungan	63
4. 7	Jawaban Responden Variabel Minat Beli.....	64
4. 8	Hasil Uji <i>Convergent Validity</i>	66
4. 9	Hasil Uji <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	67
4. 10	Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Fornell Larcker)</i>	68
4. 11	Hasil Uji <i>Reliability</i>	69
4. 12	Hasil Uji <i>R-Square</i>	70
4. 13	Hasil Uji Hipotesis	72

DAFTAR GAMBAR

1.1 Dampak <i>Fast Fashion</i>	2
1.2 Kampanye Zero Waste	4
1.3 Katalog Produk Senaleen	6
2.1 Kerangka Pemikiran Konseptual.....	43
4.1 Hasil Output Alogaritma PLS.....	66
4.2 Hasil Bootstraping PLS.....	72



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner.....	88
Lampiran 2 : Hasil Output Kuesioner	93
Lampiran 3 : Hasil Output SmartPLS 4.0	96

