

**PENGARUH PRODUK HIJAU, PROMOSI HIJAU, DAN
CITRA MEREK HIJAU TERHADAP NIAT BELI HIJAU
PRODUK LE MINERALE
(Studi Pada Masyarakat di Jakarta Barat)**

SKRIPSI



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Nama: Aulia Rahmah Hasanah

Nim: 43120010445

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

2024

**PENGARUH PRODUK HIJAU, PROMOSI HIJAU, DAN
CITRA MEREK HIJAU TERHADAP NIAT BELI HIJAU
PRODUK LE MINERALE
(Studi Pada Masyarakat di Jakarta Barat)**

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: Aulia Rahmah Hasanah

Nim: 43120010445

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

2024

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aulia Rahmah Hasanah

NIM : 43120010445

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).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 07 Desember 2023



Aulia Rahmah Hasanah

NIM: 43120010445

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Aulia Rahmah Hasanah
NIM : 43120010445
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH PRODUK HIJAU, PROMOSI HIJAU, DAN CITRA MEREK HIJAU TERHADAP NIAT BELI HIJAU PRODUK LE MINERALE (Studi Pada Masyarakat di Jakarta Barat)
Tanggal Sidang : 12 September 2024

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Yanto Ramli, M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



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



Dudi Permana, Ph.D

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LPTA-10244589



Scan QR or [click here](#) to
Verification

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh produk hijau, promosi hijau, dan citra merek hijau terhadap niat beli hijau produk AMDK Le Minerale. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dan metode penelitian yang digunakan adalah metode analisis kausal. Populasi dalam penelitian ini yaitu masyarakat di Jakarta Barat yang mengetahui produk AMDK Le Minerale. Sampel yang digunakan sebanyak 150 responden. Metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan metode survei, dengan instrumen penelitian adalah kuesioner secara online melalui *google form*. Metode analisis data menggunakan *Partial Least Square (PLS)* dengan teknik analisis yang digunakan bersifat deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel produk hijau, promosi hijau, dan citra merek hijau berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli hijau.

Kata kunci: Produk Hijau, Promosi Hijau, Citra Merek Hijau, Niat Beli Hijau.



ABSTRACT

This study to aims the determine the effect of green product, green promotion, and green brand image on green purchase intention in Le Minerale Products. The type of research used in this study is quantitative and the research method used is a causal analysis method. The population in this study is people in West Jakarta who know Le Minerale products. The sample used was as many as 150 respondents. The sampling method uses purposive sampling. The data analysis method uses Partial Least Square (PLS) with the analysis technique used is descriptive. The results showed that the variables Green Product, Green Promotion and Green Brand Image has a positive and significant effect on Green Purchase Intention.

Keywords: Green Product, Green Promotion, Green Brand Image, and Green Purchase Intention.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Produk Hijau, Promosi Hijau, dan Citra Merek Hijau Terhadap Niat Beli Hijau Produk Le Minerale (Studi Pada Masyarakat di Jakarta Barat)”**. Skripsi ini merupakan salah satu prasyarat yang harus dipenuhi untuk memperoleh gelar sarjana dalam Program Studi Manajemen di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada Bapak Dr. Yanto Ramli, M.M., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan penulis saran yang berharga, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, serta nasihat yang sangat berkontribusi pada penyelesaian skripsi ini. Selain itu, penulis juga ingin berterima kasih kepada:

1. Keluarga tercinta, yang terdiri dari almh. ibu, kakak, dan adik, adalah orang-orang yang sangat penulis cintai dan hormati. Mereka telah membesarkan, mendidik, serta memberikan dukungan dan doa yang tak pernah berhenti bagi penulis.
2. Teman-teman seperjuangan, yaitu Faysa, Ariana, Syifa, Putri, Rafael, Osama dan Mutia yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis

untuk menyelesaikan proses perkuliahan dari awal semester hingga bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

3. Para dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah berdedikasi dengan sepenuh hati dalam berbagi seluruh pengetahuan yang mereka miliki kepada kami.
4. Bapak Dudi Permana, MM., Ph.D., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
5. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
6. Bapak Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari bahwa dalam penelitian ini, kesalahan dan kekurangan mungkin muncul karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Oleh karena itu, penulis sangat menghargai setiap saran, masukan, bahkan kritik yang bersifat membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan rendah hati, penulis meminta maaf jika terdapat kesalahan atau kelemahan dalam skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini memberikan manfaat dan berkontribusi pada pengetahuan, baik bagi penulis sendiri maupun pembaca umum.

Jakarta, 07 Desember 2023



Aulia Rahmah Hasanah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	11
C. Tujuan Penelitian	12
D. Kontribusi Penelitian	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	13
A. Kajian Pustaka	13
1. Pemasaran Hijau (<i>Green Marketing</i>).....	13
2. Niat Beli Hijau (<i>Green Purchase Intention</i>).....	13
a. Pengertian Niat Beli Hijau	13
b. Tujuan Niat Beli Hijau	14
c. Faktor yang Mempengaruhi Niat Beli Hijau.....	15
d. Dimensi dan Indikator Niat Beli Hijau.....	15
3. Produk Hijau (<i>Green Product</i>).....	16
a. Pengertian Produk Hijau	16
b. Tujuan Produk Hijau	16
c. Faktor yang Mempengaruhi Produk Hijau	17
d. Dimensi dan Indikator Produk Hijau.....	18
4. Promosi Hijau (<i>Green Promotion</i>).....	18
a. Pengertian Promosi Hijau.....	18

b. Tujuan Promosi Hijau.....	19
c. Faktor yang Mempengaruhi Promosi Hijau	19
d. Dimensi dan Indikator Promosi Hijau	20
5. Citra Merek Hijau (<i>Green Brand Image</i>)	21
a. Pengertian Citra Merek Hijau.....	21
b. Tujuan Citra Merek Hijau.....	22
c. Faktor yang Mempengaruhi Citra Merek Hijau	22
d. Dimensi dan Indikator Citra Merek Hijau.....	23
6. Penelitian Terdahulu	24
B. Pengembangan Hipotesis	28
1. Pengaruh Produk Hijau Terhadap Niat Beli Hijau	28
2. Pengaruh Promosi Hijau Terhadap Niat Beli Hijau.....	28
3. Pengaruh Citra Merek Hijau Terhadap Niat Beli Hijau.....	29
BAB III METODE PENELITIAN	31
A. Waktu dan Tempat Penelitian	31
B. Desain Penelitian	31
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	32
1. Definisi Variabel	32
2. Operasionalisasi Variabel.....	33
D. Skala Pengukuran Variabel	35
E. Populasi dan Sampel	36
1. Populasi Penelitian	36
2. Sampel Penelitian	37
F. Metode Pengumpulan Data.....	38
G. Metode Analisis Data.....	38
1. Analisis Deskriptif.....	38
2. Uji Instrumen.....	39
3. Metode Analisis <i>Structural Equation Model</i> (SEM) – <i>Partial Least Square</i> (PLS)	40
a. Penelitian Deskriptif.....	40
b. Penelitian Pengujian Hipotesis	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	45

A. Analisis Deskriptif.....	45
1. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	45
2. Deskripsi Responden	46
3. Deskripsi Variabel.....	49
C. Analisis Partial Least Square	54
1. Hasil Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	54
2. Hasil Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	61
D. Pembahasan Hasil Penelitian	65
1. Pengaruh Produk Hijau Terhadap Niat Beli Hijau	65
2. Pengaruh Promosi Hijau Terhadap Niat Beli Hijau.....	66
3. Pengaruh Citra Merek Hijau Terhadap Niat Beli Hijau.....	67
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	68
A. Kesimpulan	68
B. Saran	69
DAFTAR PUSTAKA.....	72
LAMPIRAN.....	79



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Top Brand Index Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) 2019 – 2023	4
Tabel 1.2 Hasil Pra-Survei	9
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	34
Tabel 3.2 Skala <i>Likert</i>	36
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	46
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	47
Tabel 4.4 Deskripsi responden berdasarkan pendapatan perbulan.....	48
Tabel 4.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan.....	49
Tabel 4.6 Hasil Analisis Deskripsi Variabel Produk Hijau (X_1).....	50
Tabel 4.7 Hasil Analisis Deskripsi Variabel Promosi Hijau (X_2).....	51
Tabel 4.8 Hasil Analisis Deskripsi Variabel Citra Merek Hijau (X_3).....	52
Tabel 4.9 Hasil Analisis Deskripsi Variabel Niat Beli Hijau (Y).....	53
Tabel 4.10 Hasil Uji <i>Convergent Validity</i>	55
Tabel 4.11 Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi).....	56
Tabel 4.12 Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	58
Tabel 4.13 Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> (Cross loadings).....	59
Tabel 4.14 Hasil Uji <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	60
Tabel 4.15 Hasil Uji <i>Heterotrait-Monotrait Ratio</i> (HTMT)	60
Tabel 4.16 Hasil Uji <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	61
Tabel 4.17 Hasil Uji <i>R-Square</i>	62
Tabel 4.18 Hasil Uji <i>F-Square</i>	62
Tabel 4.19 Hasil Uji <i>Q-Square</i>	63
Tabel 4.20 Hasil Model Fit.....	63
Tabel 4.21 Hasil Uji Hipotesis	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Klasifikasi Sampah Berdasarkan Jenis Sampah (2022)	2
Gambar 1.2 Sampah industri Air Minum Dalam Kemasan (AMDK)	3
Gambar 1.3 Produk AMDK Le Minerale.....	5
Gambar 1.4 Program “Gerakan Ekonomi Sirkular Nasional”	7
Gambar 2.1 Diagram Kerangka Berpikir	29
Gambar 4.1 Hasil Algoritma PLS	56
Gambar 4.2 Hasil Algoritma PLS (Modifikasi).....	57
Gambar 4.3 Hasil Uji <i>Bootstrapping</i>	64

