



**PENGARUH *GREEN KNOWLEDGE* DAN *GREEN ATTITUDE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PLASTIK
BAYI BERLABEL *BPA-FREE* DENGAN DIMEDIASI *GREEN*
TRUST: PENDEKATAN BERKELANJUTAN**

TESIS

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA
FERY ANDREAS SIHOMBING
55122120045**

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2025**



**PENGARUH *GREEN KNOWLEDGE* DAN *GREEN ATTITUDE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PLASTIK
BAYI BERLABEL *BPA-FREE* DENGAN DIMEDIASI *GREEN*
TRUST: PENDEKATAN BERKELANJUTAN**

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan
Program Studi Magister Manajemen

FERY ANDREAS SIHOMBING

55122120045

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2025**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk plastik bayi berlabel *BPA-free*, dengan fokus pada pengaruh *green knowledge*, *green attitude*, dan *green trust*, serta peran mediasi *green trust* dalam konteks pemasaran berkelanjutan. Plastik menjadi bagian *integral* dari kehidupan *modern*, terus meningkat produksinya setiap tahun sehingga memiliki potensi dampak negatif terhadap lingkungan dan kesehatan manusia terutama akibat paparan bahan kimia berbahaya seperti *bisphenol A (BPA)*. Populasi penelitian ini terdiri dari wanita yang memiliki balita dan telah membeli produk plastik bayi berlabel *BPA-Free* di wilayah Jabodetabek, dengan jumlah sampel sebanyak 185 responden. Data dianalisis menggunakan skala Likert dan pendekatan kuantitatif melalui metode *Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS)*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *green knowledge* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, namun *green attitude* dan *green trust* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk plastik bayi berlabel *BPA-free*. Selain itu, *green trust* terbukti dapat memediasi secara parsial pengaruh dari *green attitude* dan secara penuh memediasi pengaruh dari *green knowledge* terhadap keputusan pembelian. Temuan ini memberikan kontribusi teoritis dan praktis dalam pengembangan strategi pemasaran produk ramah lingkungan, dengan penekanan pada pentingnya membangun kepercayaan konsumen melalui edukasi mengenai manfaat dan atribut produk hijau.

Kata kunci: *Green knowledge*, *green attitude*, *green trust*, keputusan pembelian, *BPA-Free*, pemasaran berkelanjutan.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

This study aims to analyse the factors influencing the purchasing decisions of BPA-free labelled baby plastic products, focusing on the effects of green knowledge, green attitude, and green trust, as well as the mediating role of green trust in sustainable marketing. Plastic has become an integral part of modern life, with increasing production each year, posing potential negative impacts on the environment and human health, especially due to exposure to hazardous chemicals like bisphenol A (BPA). The study population consists of women with toddlers who have purchased BPA-free baby plastic products in the Jabodetabek area, with a sample size of 185 respondents. Data were analysed using a Likert scale and a quantitative approach through the Structural Equation Modelling-Partial Least Square (SEM-PLS) method. The results indicate that green knowledge does not have a positive and significant effect on purchasing decisions, while green attitude and green trust do. Additionally, green trust partially mediates the effect of green attitude and fully mediates the effect of green knowledge on purchasing decisions. These findings contribute to both theoretical and practical insights in developing marketing strategies for eco-friendly products, emphasizing the importance of building consumer trust through education on the benefits and attributes of green products.

Keywords: Green knowledge, green attitude, green trust, purchasing decisions, BPA-free, sustainable marketing.



LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *Green Knowledge* dan *Green Attitude* terhadap Keputusan Pembelian Produk Plastik Bayi Berlabel *BPA-Free* dengan Dimediasi *Green Trust*: Pendekatan Berkelanjutan

Bentuk : Penelitian

Nama : Fery Andreas Sihombing

NIM : 55122120045

Program Studi : Magister Manajemen

Tanggal : 11 Februari 2025

Mengesahkan,

Pembimbing


UNIVERSITAS
MERCU BUANA
(Dr. Catur Widayati, S.E., M.M.)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi Magister Manajemen



(Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak)



(Dr. Lenny Christina Nawangsari, MM)

LEMBAR PERNYATAAN

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

Judul : Pengaruh *Green Knowledge* dan *Green Attitude* terhadap Keputusan Pembelian Produk Plastik Bayi Berlabel *BPA-Free* dengan Dimediasi *Green Trust*: Pendekatan Berkelanjutan
Bentuk : Penelitian
Nama : Fery Andreas Sihombing
NIM : 55122120045
Program Studi : Magister Manajemen
Tanggal : 07 Januari 2025

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis 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, 07 Januari 2025



(Fery Andreas Sihombing)

PERNYATAAN PENGECEKAN PLAGIASI (SIMILARITY) KARYA ILMIAH

/SIMILARITY CHECK STATEMENT FOR SCIENTIFIC WORKS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh
/The undersigned, hereby declare that the scientific work written by

Nama */Name* : Fery Andreas Sihombing
NIM */Student id Number* : 55122120045
Program Studi */Study program* : S2 Manajemen

dengan judul:
/The title:

“PERAN GREEN TRUST DALAM MENGHUBUNGKAN GREEN KNOWLEDGE DAN GREEN ATTITUDE PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK BPA FREE”
telah dilakukan pengujian plagiasi (*similarity*) dengan sistem **Turnitin** pada tanggal:

/Has undergone a plagiarism (similarity) check using the Turnitin system on the date:

6 Januari 2025

didapatkan nilai persentase sebesar:
and the similarity percentage obtained was:

22 %

Jakarta 6 Januari 2025
Kepala Administrasi / Tata Usaha
FEB Universitas Mercu Buana
/Head of FEB Administrator



scan or [click here](#) for verify

Ahmad Faqih S E M M

PIC: dena | No Registrasi: SIMT-0125192

Dokumen digital ini telah diverifikasi menggunakan QR
code. */This digital document has been verified using a QR code.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas rahmat dan berkah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal Tesis ini dengan judul “Pengaruh *Green Knowledge* dan *Green Attitude* terhadap Keputusan Pembelian Produk Plastik Bayi Berlabel *BPA-Free* dengan Dimediasi *Green Trust*: Pendekatan Berkelanjutan”. Proposal tesis ini merupakan langkah awal untuk memperoleh gelar Magister Manajemen di Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Dr. Catur Widayati, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing Tesis yang telah memberikan waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya proposal Tesis ini. Penyusunan proposal Tesis ini juga tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterimakasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan proposal Tesis 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. Dr. Lenny Christina Nawangsari, MM, CHRA., selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Dudi Permana, S.T., M.M., Ph.D, selaku Dosen ketua penguji.
5. Dr. Aldina Shiratina, M.Si., selaku Dosen penelaah seminar proposal, Seminar hasil dan penguji.
6. Segenap Dosen & Staff Universitas Mercu Buana.
7. Teristimewa untuk kedua orang tua, istri, anak-anak dan keluarga, yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan proposal Tesis ini
8. Rekan-rekan Mahasiswa Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

Penulis memohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kekurangan dalam penulisan proposal tesis ini dan mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak sehingga bisa menjadi lebih baik dikemudian hari. Akhir kata, semoga tesis ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan bagi penulis dan pembaca.

Jakarta, 07 Januari 2025

Fery Andreas Sihombing



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
PERNYATAAN PENGECEKAN PLAGIASI	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah.....	14
1.3 Tujuan Penelitian.....	15
1.4 Kontribusi Penelitian	15
1.4.1 Kontribusi Praktis.....	15
1.4.2 Kontribusi Teoritis.....	16
 BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	 17
2.1 Kajian Teori.....	17
2.1.1 <i>Sustainability</i>	17
2.1.2 <i>Theory of Planned Behaviour (TPB)</i>	18

2.1.3	Teori Perilaku Konsumen	19
2.1.4	Keputusan Pembelian	20
2.1.5	<i>Green Trust</i>	25
2.1.6	<i>Green Knowledge</i>	29
2.1.7	<i>Green Attitude</i>	34
2.2	Penelitian Terdahulu.....	39
2.3	Pengembangan Hipotesis	51
2.3.1	Pengaruh <i>Green Attitude</i> Terhadap <i>Green Trust</i>	51
2.3.2	Pengaruh <i>Green Attitude</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	52
2.3.3	Pengaruh <i>Green Knowledge</i> Terhadap <i>Green Trust</i>	52
2.3.4	Pengaruh <i>Green Knowledge</i> Terhadap Keputusan Pembelian..	53
2.3.5	Pengaruh <i>Green Trust</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	54
2.3.6	Pengaruh <i>Green Attitude</i> Terhadap Keputusan Pembelian dimediasi oleh <i>Green Trust</i>	55
2.3.7	Pengaruh <i>Green Knowledge</i> Terhadap Keputusan Pembelian dimediasi oleh <i>Green Trust</i>	56
BAB III METODE PENELITIAN		58
3.1	Desain Penelitian.....	58
3.2	Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	58
3.2.1	Definisi Variabel	58
3.2.2	Operasional Variabel	60
3.3	Populasi dan Sampel.....	62
3.4	Metode Pengumpulan Data	63
3.5	Metode Analisis Data.....	64
3.5.1	Uji Statistik Deskriptif	65
3.5.2	PLS-SEM	65
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		70
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	70
4.2	Analisis Data	73

4.2.1 Analisis Deskriptif	73
4.3 Hasil Analisis <i>Structural Equation Model-Partial Least Square</i> (SEM-PLS) dengan Variabel Moderasi	82
4.3.1 Pembuatan Model Partial Least Square dengan Variabel Moderasi	83
4.4 Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	83
4.4.1 Uji Validitas Model	84
4.4.2 Uji Realibilitas Model.....	91
4.4.3 <i>Model Fit</i>	92
4.5 Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	93
4.5.1 Uji Ketepatan Model (<i>Goodness of fit model test</i>)	93
4.5.2 <i>Goodness of Fit Model</i>	94
4.5.3 <i>Effect size (f^2)</i>	95
4.5.4 Uji Hipotesis.....	96
4.6 Hasil dan Pembahasan	98
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	 105
5.1 Kesimpulan	105
5.2 Saran	106
 DAFTAR PUSTAKA	 109
LAMPIRAN	129

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	39
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	60
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	74
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	74
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per-Bulan	75
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	76
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	76
Tabel 4.6 Deskriptif Variabel <i>Green Knowledge</i>	77
Tabel 4.7 Deskriptif Variabel <i>Green Attitude</i>	78
Tabel 4.8 Deskriptif Variabel <i>Green Trust</i>	79
Tabel 4.9 Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	81
Tabel 4.10 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	84
Tabel 4.11 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi).....	86
Tabel 4.12 <i>Construct Reliability and Validity</i>	88
Tabel 4.13 <i>Discriminant Validity – Fornell – Larcker Criterion</i>	88
Tabel 4.14 <i>Discriminant Validity – Cross Loadings</i>	89
Tabel 4.15 <i>Discriminant Validity – Heterotrait-Monotriat Ratio of Correlations</i>	90
Tabel 4.16 <i>Composite Reliability</i>	91
Tabel 4.17 <i>Cronbach’s Alpha</i>	92
Tabel 4.18 <i>Model Fit</i>	93
Tabel 4.19 Nilai R-Square	94
Tabel 4.20 Nilai Q-Square	94
Tabel 4.21 Uji <i>Effect Size</i>	95
Tabel 4.22 <i>Path Coefficients</i>	97

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Produksi Plastik Tahunan di Seluruh Dunia Tahun 2017-2022.....	3
Gambar 1.2 Grafik Realisasi Investasi Penanaman Modal Dalam Negeri Industri Karet dan Plastik	4
Gambar 1.3 Grafik Faktor Keputusan Pembelian Konsumen Produk Botol Susu Bayi	10
Gambar 2.1 <i>Suitable Development Goals</i>	18
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual.....	57
Gambar 4.1 Pembuatan Model <i>Partial Least Square</i>	83
Gambar 4.2 Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> Menggunakan <i>Loading Factor</i>	85
Gambar 4.3 Hasil Pengujian Kedua <i>Convergent Validity</i> Menggunakan <i>Loading Factor</i>	87
Gambar 4.4 Uji <i>Path Coefficients (Bootstrapping)</i>	96

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Hasil Cek Uji Plagiasi (Turnitin)	129
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian	130
Lampiran 3 Hasil Kuesioner.....	137
Lampiran 4 Hasil <i>Output</i> PLS	156

