

**PENGARUH *GREEN AWARENESS*, *GREEN KNOWLEDGE*,
DAN *GREENADVERTISING* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI *E- COMMERCE* BLIBLI**

SKRIPSI



Nama : Ika Fauziah

Nim : 43119210122

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2025**

**PENGARUH *GREEN AWARENESS*, *GREEN KNOWLEDGE*
DAN *GREEN ADVERTISING* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI *E-COMMERCE* BLIBLI**

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 : Ika Fauziah

Nim : 43119210122

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

2025

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ika Fauziah

NIM : 43119210122

Program Studi : 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, 09 Juli 2024



Ika Fauziah

NIM: 43119210122

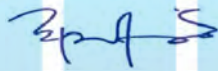
UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Ika Fauziah
NIM : 43119210122
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Green Awareness, Green Knowledge dan Green Advertising terhadap Keputusan Pembelian di E-Commerce Blibli
Tanggal Sidang : 06 Maret 2025

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si

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-03254895



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

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *green awareness*, *green knowledge* dan *green advertising* terhadap keputusan pembelian di *e-commerce* Blibli. Subjek dalam penelitian ini adalah seseorang yang pernah berbelanja di *E-Commerce* BliBli dalam 1 tahun terakhir dan berdomisili di Pulau Jawa, Indonesia. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 120 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dan pendekatan yang digunakan adalah *Structural Equation Model* (SEM) – *Partial Least Square* (PLS) dengan alat analisis SmartPLS 3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *green awareness*, *green knowledge* dan *green advertising* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di *E-Commerce* Blibli.

Kata Kunci : *Green Awareness*, *Green Knowledge*, *Green Advertising*, *E-Commerce* Blibli



ABSTRACT

This research aims to analyze the impact of green awareness, green knowledge, and green advertising on purchase decisions in the Blibli e-commerce platform. The subjects of this study are individuals who have made purchases on Blibli e-commerce within the past year and reside on the island of Java, Indonesia. The sample for this study consists of 120 respondents. The sampling technique used is purposive sampling, and the methodology applied is Structural Equation Modeling (SEM) – Partial Least Square (PLS) with the SmartPLS 3 analysis tool. The results show that green awareness, green knowledge, and green advertising have a positive and significant effect on purchase decisions in Blibli e-commerce.

Keywords: Green Awareness, Green Knowledge, Green Advertising, Blibli E-Commerce



U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur senantiasa saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas karunia dan nikmat-Nya lah penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul **“Pengaruh *Green Awareness*, *Green Knowledge*, Dan *Green Advertising* Terhadap Keputusan Pembelian Di *E-Commerce Blibli*”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar S1 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta.

Dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih untuk Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M. Si selaku dosen pembimbing yang tiada hentinya dalam memberikan saran, ilmu-ilmu yang bermanfaat, serta dukungan moral yang meyakinkan penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik. Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu 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 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana
4. Bapak Eri Marlapa, SE., M.M., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana

5. Para dosen di FEB Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami.
6. Bapak dan Ibu di bagian administrasi FEB Universitas Mercu Buana, yang dengan penuh kesabaran dan keikhlasan bersedia membantu segala urusan administrasi selama penulis kuliah.
7. Seluruh teman-teman Manajemen S1 FEB UMB angkatan 2019 yang tidak bisa penulis disebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita.
8. Teristimewa, kedua orang tua tercinta, Bapak Sukarno Budi Santoso dan Ibu Maryanah yang telah memberikan semangat, doa, dan dukungan moral dan material tiada henti-hentinya kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
9. Keluarga terkasih, Adik Chairul Akmal Fauzan, Adik Kanza Syaquila, Alm Kakek, Bude, Pade dan lainnya yang turut memberikan ilmu serta senantiasa memanjatkan doa untuk kesuksesan penelitian ini.
10. Muhamad Afif Andhi yang selalu memberikan semangat, dukungan, motivasi dan doa untuk penulis selama proses penyusunan proposal skripsi hingga selesai.
11. Sahabat-sahabat terkasih; Anisa Pebriani, Sella, Alfi, Nadya Dwi, Stephanie, 7kawan dan 4Bestie yang selalu memberikan afirmasi positif yang membangun untuk menyemangati penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.

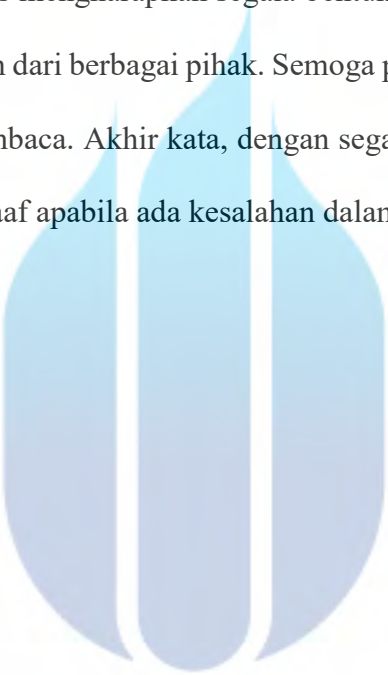
12. Seluruh responden pengguna *E-Commerce* Blibli yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner dalam penelitian skripsi ini.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga penelitian ini bermanfaat bagi semua pihak yang membaca. Akhir kata, dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dalam penulisan skripsi ini.

Jakarta, 09 Juli 2024

Ika Fauziah

NIM : 43119210122



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. LATAR BELAKANG.....	1
B. RUMUSAN MASALAH.....	10
C. TUJUAN PENELITIAN.....	10
D. KONTRIBUSI PENELITIAN	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	12
A. KAJIAN PUSTAKA.....	12
1. Manajemen Pemasaran	12

2. Perilaku Konsumen.....	12
3. <i>Sustainable Development Goals</i> (SDGs)	13
4. Konsep <i>Triple Bottom Line</i>	13
5. Keputusan Pembelian	18
5. <i>Green Awareness</i>	18
5. <i>Green Knowledge</i>	19
5. <i>Green Advertising</i>	19
B. PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	23
BAB III METODE PENELITIAN	28
A. WAKTU DAN TEMPAT PENELITIAN	28
B. DESAIN PENELITIAN.....	28
C. DEFINISI DAN OPERASIONAL VARIABEL	29
D. SKALA PENGUKURAN.....	32
E. POPULASI DAN SAMPEL.....	33
F. METODE PENGUMPULAN DATA.....	35
G. METODE ANALISIS DATA.....	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	43
A. Gambaran Umum Perusahaan	43
B. Analisis Statistik Deskriptif.....	44
1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	46
3. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	46
4. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	47
5. Deskripsi Responden Berdasarkan Tempat Tinggal.....	48
6. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan.....	48

C. Analisis Karakteristik Jawaban Responden	49
1. Karakteristik Kuesioner Berdasarkan Variabel <i>Green Awareness</i>	49
2. Karakteristik Kuesioner Berdasarkan Variabel <i>Green Knowledge</i>	51
3. Karakteristik Kuesioner Berdasarkan Variabel <i>Green Advertising</i>	52
4. Karakteristik Kuesioner Berdasarkan Variabel Keputusan Pembelian.....	53
D. Analisa Data	55
1 Hasil Pengujian Model Pengukuran (<i>outer model</i>).....	55
1.1 <i>Loading Factor</i>	58
1.2 Uji <i>Reliability</i>	61
1.3 Uji Validitas.....	61
2 Hasil Pengujian Model Pengukuran (<i>inner model</i>).....	65
2.1 Uji <i>R-Square</i> (R^2)	62
2.2 Uji <i>Effect Size</i> (f^2)	66
2.3 Uji <i>Predictive Relevance</i> (Q^2)	64
2.4 Nilai T-Statistic (Bootstrapping)	68
3 Uji Hipotesis	69
4 Pembahasan	66
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	71
A. Simpulan	71
B. Saran	72
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN.....	85

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Jumlah Pengguna <i>E-Commerce</i> Tingkat Provinsi Tahun 2022.....	3
1.3	<i>E-Commerce</i> Yang Menerapkan <i>Green Marketing Management</i>	5
1.4	<i>Market share e-commerce</i> di Indonesia tahun 2023	6
1.5	Hasil Kuesioner <i>Pra Survey</i> Penelitian	8
2.1	Penelitian Terdahulu.....	21
3.1	Operasional Variabel	31
3.2	Instrumen Skala Likert	33
4.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
4.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	46
4.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	46
4.4	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	47
4.5	Deskripsi Responden Berdasarkan Tempat Tinggal	48
4.6	Deskripsi Responden Berdasarkan Pengeluaran Konsumtif Perbulan.....	48
4.7	Deskripsi Tanggapan Responden Variabel <i>Green Awareness</i>	49
4.8	Deskripsi Tanggapan Responden Variabel <i>Green Knowledge</i>	51
4.9	Deskripsi Tanggapan Responden Variabel <i>Green Advertising</i>	52
4.10	Deskripsi Tanggapan Responden Variabel Keputusan Pembelian	53
4.11	Nilai <i>Factor Loadings</i>	56
4.12	Hasil Uji Hasil Uji <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	57
4.13	Hasil Uji <i>Convergent Validity (AVE)</i>	58

4.14	Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i>	59
4.14	Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Fornell Larcker)</i>	60
4.15	Hasil Uji Nilai <i>R-Square</i> (R^2)	61
4.16	Hasil Uji Nilai <i>Q-Square</i> (f^2)	62
4.17	Hasil Uji <i>Effective Size</i> (Q^2)	63
4.18	Hasil Uji Hipotesis	65



U N I V E R S I T A S
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs).....	2
2.1	Kerangka Konseptual	26
4.1	Hasil Uji Loading Factor.....	55
4.2	Hasil <i>Boostsrapping</i> (Uji Hipotesis)	64



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....84

Lampiran 2 Data Jawaban Responden90

