



**ANALISIS DAMPAK *GREENWASHING*, *SUBJECTIVE NORM*, DAN
PERCEIVED BEHAVIORAL CONTROL YANG DIMEDIASI OLEH
GREEN TRUST TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PRODUK *FAST
MOVING CONSUMER GOODS* DENGAN KEMASAN RAMAH
LINGKUNGAN**

TESIS

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Rizka Ismi Khoiriah

55123010028

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



**ANALISIS DAMPAK *GREENWASHING*, *SUBJECTIVE NORM*, DAN
PERCEIVED BEHAVIORAL CONTROL YANG DIMEDIASI OLEH
GREEN TRUST TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PRODUK *FAST
MOVING CONSUMER GOODS* DENGAN KEMASAN RAMAH
LINGKUNGAN**

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Studi Magister
Manajemen

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Rizka Ismi Khoiriah

55123010028

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

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Analisis Dampak *Greenwashing*, *Subjective Norm*, dan *Perceived Behavioral Control* yang Dimediasi oleh *Green Trust* terhadap *Purchase Intention* produk *Fast Moving Consumer Goods* dengan Kemasan Ramah Lingkungan

Bentuk Tesis : Penelitian

Nama : Rizka Ismi Khoiriah

NIM : 55123010028

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 29 Juli 2025

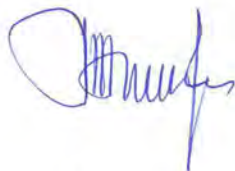
Mengesahkan
Pembimbing



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, S.E., M.Si.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi Magister
Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si. Ak.



Dr. Lenny Christina Nawangsari,
M.M., CHRA.

LEMBAR PERNYATAAN

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

Judul : Analisis Dampak *Greenwashing*, *Subjective Norm*, dan *Perceived Behavioral Control* yang Dimediasi oleh *Green Trust* terhadap *Purchase Intention* produk *Fast Moving Consumer Goods* dengan Kemasan Ramah Lingkungan

Bentuk Tesis : Penelitian

Nama : Rizka Ismi Khoiriah

NIM : 55123010028

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 29 Juli 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, 29 Juli 2025



SEPUULUH RIBU RUPIAH
10000
METERA
TEMPEL
2DF50AMX303960617

Rizka Ismi Khoiriah

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* : RIZKA ISMI KHOIRIAH
NIM */Student id Number* : 55123010028
Program Studi */Study program* : S2 Manajemen

dengan judul:
/The title:

“ANALISIS DAMPAK GREENWASHING, SUBJECTIVE NORM, DAN PERCEIVED BEHAVIORAL CONTROL YANG DIMEDIASI OLEH GREEN TRUST TERHADAP PURCHASE INTENTION PRODUK FAST MOVING CONSUMER GOODS DENGAN KEMASAN RAMAH LINGKUNGAN”

telah dilakukan pengujian plagiasi (*similarity*) dengan sistem **Turnitin** pada tanggal:
/Has undergone a plagiarism (similarity) check using the Turnitin system on the date:

03 September 2025

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

26 %

Jakarta, 03 September 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: Yohan | No. Registrasi: SIMT - 0925681

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

ABSTRAK

Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap berbagai isu lingkungan telah mendorong perubahan perilaku konsumen, khususnya dalam keputusan pembelian produk yang ramah lingkungan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Greenwashing, Subjective Norm, dan Perceived Behavioral Control terhadap Green Purchase Intention pada produk Fast Moving Consumer Goods (FMCG) dengan kemasan ramah lingkungan, dengan dimediasi oleh Green Trust. Objek penelitian ini adalah individu yang memiliki pengetahuan tentang isu lingkungan dan produk FMCG berkemasan ramah lingkungan, yang berdomisili di wilayah Banten, Jakarta, dan Jawa Barat. Sebanyak 250 responden terlibat dalam penelitian ini melalui teknik purposive sampling. Pendekatan analisis yang digunakan adalah Structural Equation Modeling (SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Subjective Norm dan Perceived Behavioral Control berpengaruh positif signifikan terhadap Green Trust. Selain itu, Subjective Norm, Perceived Behavioral Control, dan Green Trust juga berpengaruh positif signifikan terhadap Green Purchase Intention. Sementara itu, Greenwashing tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap Green Trust, sedangkan pengaruh negatif signifikan terhadap Green Purchase Intention. Dalam analisis mediasi, Green Trust tidak memediasi hubungan antara Greenwashing dan Green Purchase Intention. Namun, Green Trust menjadi mediator parsial dalam hubungan antara Subjective Norm dan Green Purchase Intention, serta antara Perceived Behavioral Control dan Green Purchase Intention. Temuan ini memberikan implikasi teoritis dan praktis yang penting dalam memahami perilaku pembelian konsumen terhadap produk dengan kemasan ramah lingkungan.

Kata kunci: Greenwashing, Subjective Norm, Perceived Behavioral Control, Green Trust, Green Purchase Intention.

ABSTRACT

The growing public awareness of environmental issues has driven changes in consumer behavior, particularly in the decision to purchase environmentally friendly products. This study aims to analyze the influence of Greenwashing, Subjective Norm, and Perceived Behavioral Control on Green Purchase Intention for Fast Moving Consumer Goods (FMCG) with eco-friendly packaging, mediated by Green Trust. The research subjects are individuals who have knowledge about environmental issues and eco-friendly packaged FMCG products, residing in the Banten, Jakarta, and West Java regions. A total of 250 respondents participated in this study through purposive sampling. The analytical approach used is Structural Equation Modeling (SEM) with the help of SmartPLS software. The results show that Subjective Norm and Perceived Behavioral Control have a significant positive effect on Green Trust. In addition, Subjective Norm, Perceived Behavioral Control, and Green Trust also have a significant positive effect on Green Purchase Intention. Meanwhile, Greenwashing does not have a significant effect on Green Trust, but has a significant negative effect on Green Purchase Intention. In the mediation analysis, Green Trust does not mediate the relationship between Greenwashing and Green Purchase Intention. However, Green Trust acts as a partial mediator in the relationship between Subjective Norm and Green Purchase Intention, as well as between Perceived Behavioral Control and Green Purchase Intention. These findings provide important theoretical and practical implications for understanding consumer purchasing behavior toward products with environmentally friendly packaging.

Keywords: Greenwashing, Subjective Norm, Perceived Behavioral Control, Green Trust, Green Purchase Intention.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini dengan judul “Analisis Dampak *Greenwashing*, *Subjective Norm*, dan *Perceived Behavioral Control* yang Dimediasi oleh *Green Trust* terhadap *Purchase Intention* produk *Fast Moving Consumer Goods* dengan Kemasan Ramah Lingkungan”. Tesis ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada Dr. Erna Sofriana Imaningsih, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Tesis yang telah memberikan waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya Tesis ini. Penyusunan Tesis ini juga 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 Tesis ini terutama kepada:

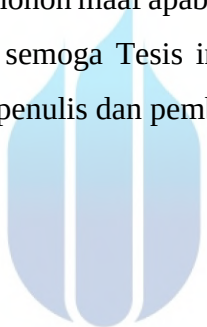
1. Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si. Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Lenny Christina Nawangsari, M.M., CHRA., selaku Ketua Program Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Mas Wahyu Wibowo, Ph.D. selaku dosen penelaah seminar proposal, seminar hasil, dan sidang akhir tesis.
5. Dudi Permana, Ph.D. selaku Ketua Sidang.
6. Assoc. Prof. Dr. Ririn Wulandari, S.E., M.M., selaku dosen mata kuliah *Marketing Research* yang telah memberikan ilmu dan arahan yang sangat berarti.
7. Dr. Tjiptogoro Dinarjo Soehari, M.M., Dr. Dipa Mulia, M.M., M.H., Dr. Afriapollo Syafarudin, S.E., M.M., Dr. Niken Sulistyowati, S.E, Ak., M.M., Prof. Dr. Ir. M. Noor Salim, S.E., M.M., Dr. Kasmir, S.E., M.M., Dr. M. Ali

Iqbal, M.Sc, serta seluruh dosen yang telah memberikan ilmu, bimbingan, dan motivasi yang sangat berharga selama proses perkuliahan.

8. Teristimewa, kedua orang tua tercinta, keluarga, teman, dan kerabat terdekat yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan Tesis ini.

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 Tesis ini. Akhir kata, semoga Tesis ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 23 Juli 2025



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
PERNYATAAN PENGECEKAN PLAGIASI (<i>SIMILARITY</i>) KARYA ILMIAH	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Rumusan Masalah.....	13
1.3. Tujuan Penelitian	14
1.4. Kontribusi Penelitian.....	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	17
2.1. Kajian Teori	17
2.2. Penelitian Terdahulu	27
2.3. Pengembangan Hipotesis	37
BAB III METODE PENELITIAN	50
3.1. Desain Penelitian	50
3.2. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	50
3.3. Populasi dan Sampel	56
3.4. Metode Pengumpulan Data	59
3.5. Metode Analisis Data	60
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	68
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	68
4.2. Statistik Deskriptif	69

4.3. Hasil Analisis SEM Menggunakan SmartPLS.....	80
4.4. Pembahasan.....	99
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	118
5.1. Kesimpulan	118
5.2. Saran	121
DAFTAR PUSTAKA	127
DAFTAR LAMPIRAN	141



DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1. 1. Beberapa Perusahaan FMCG yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia..	6
Tabel 1. 2. Hasil Prasurvei Faktor-Faktor dari Green Purchase Intention	10
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 3. 1. Operasionalisasi Variabel.....	55
Tabel 3. 2. Karakteristik Demografi Responden.....	58
Tabel 3. 3. Instrumen Skala Likert.....	60
Tabel 4. 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	70
Tabel 4. 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	70
Tabel 4. 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	71
Tabel 4. 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	71
Tabel 4. 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	72
Tabel 4. 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Setiap Bulan	73
Tabel 4. 7. Karakteristik Kuesioner Berdasarkan Variabel Greenwashing.....	74
Tabel 4. 8. Karakteristik Kuesioner Berdasarkan Variabel Subjective Norm	75
Tabel 4. 9. Karakteristik Kuesioner Berdasarkan Variabel Perceived Behavioral Control.....	77
Tabel 4. 10. Karakteristik Kuesioner Berdasarkan Variabel Green Purchase Intention	78
Tabel 4. 11. Karakteristik Kuesioner Berdasarkan Variabel Green Trust	79
Tabel 4. 12. Hasil Pengujian Outer Loading.....	82
Tabel 4. 13. Hasil Pengujian Cronbach's Alpha dan Composite Reliability.....	84
Tabel 4. 14. Hasil Pengujian Convergent Validity (AVE).....	85
Tabel 4. 15. Hasil Pengujian Fornell-Larcker Criterion.....	87
Tabel 4. 16. Hasil Pengujian Discriminant Validity (Cross Loading)	88
Tabel 4. 17. Hasil Pengujian Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)	90
Tabel 4. 18. Hasil Pengujian Model Fit	91
Tabel 4. 19. Hasil Collinearity Statistic (VIF)	92
Tabel 4. 20. Hasil Pengujian Nilai R ² Variabel Endogen	93

Tabel 4. 21. Hasil Pengujian Effect Size (f^2) Pengaruh Langsung.....	94
Tabel 4. 22. Hasil Pengujian Predictive Relevance (Q^2).....	95
Tabel 4. 23. Hasil Pengujian Hipotesis	96



DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1. 1. Tujuan Pembangunan Berkelanjutan.....	1
Gambar 1. 2. Penggunaan Plastik Global Berdasarkan Sektor	3
Gambar 1. 3. Komposisi Sampah di Indonesia Tahun 2023 Berdasarkan Jenis.....	3
Gambar 1. 4. Komposisi Sampah di Indonesia Tahun 2023 Berdasarkan Sumber	4
Gambar 1. 5. Pengeluaran Rumah Tangga di Indonesia untuk Sektor FMCG	5
Gambar 2. 1. Theory of Planned Behavior.....	18
Gambar 2. 2. Rerangka Konseptual	48
Gambar 4. 1. Hasil Algoritma PLS.....	82



DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	136
---------------------------------------	-----

