



**MODEL PENENTU NIAT BELI INDIVIDU TERHADAP
PRODUK YANG RAMAH LINGKUNGAN**



Sherly Novia

55123010030

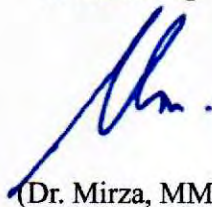
**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
TAHUN 2024**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Model Penentu Niat Beli Individu Terhadap Produk Yang
Ramah Lingkungan
Bentuk Tesis : Penelitian / Kajian Masalah Perusahaan
Nama : Sherly Novia
NIM : 55123010030
Program : Magister Manajemen
Tanggal : 19 Desember 2024

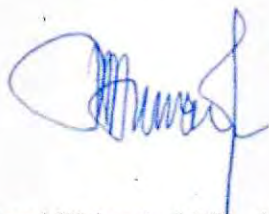
Mengesahkan

Pembimbing



(Dr. Mirza, MM)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Ketua Program Studi Magister Manajemen



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



(Dr. Lenny Christina Nawangsari, S.T., M.M)

LEMBAR PERNYATAAN

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

Judul : Model Penentu Niat Beli Individu Terhadap Produk Yang
Ramah Lingkungan
Bentuk Tesis : Penelitian / Kajian Masalah Perusahaan
Nama : Sherly Novia
NIM : 55123010030
Program : Magister Manajemen
Tanggal : 19 Desember 2024

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana 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 19 Desember 2024



Sherly Novia

**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* : SHERLY NOVIA
NIM */Student id Number* : 55123010030
Program Studi */Study program* : S2 Manajemen

dengan judul:
/The title:

“MODEL PENENTU NIAT BELI INDIVIDU TERHADAP PRODUK YANG 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:

08 September 2025

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

18 %

Jakarta, 08 September 2025
Kepala Administrasi/ Tata Usaha
FEB Universitas Mercu Buana
/Head of FEB Administrator

scan or  *<link QR>> for verify*

Ahmad Faqih, S.E., M.M.

ABSTRACT

This study examines individual purchase intention towards environmentally friendly products, with the object of research on Royco products from Unilever. The population used in this study is the people of DKI Jakarta who use Royco products from Unilever. Sampling is done using probability sampling with simple random sampling method. This research framework is based on the Theory of Planned Behavior (TPB), which involves attitude variables, subjective norm, and perceived behavioral control. The research also included additional variables, namely environmental knowledge, environmental awareness, and willingness to pay, to explore the main factors that influence consumer purchase intentions. Data analysis was conducted using the Structural Equation Modeling (SEM) method. This research aims to make a theoretical contribution to the study of purchase intention of environmentally friendly products and a practical contribution to the development of Royco product marketing strategies that support sustainability. The results are expected to support the achievement of Sustainable Development Goals (SDG) 12, especially related to responsible consumption and production.

Keywords: Environmental Knowledge, Environmental Awareness, Attitude, Subjective Norm, Perceived Behavioral Control, Willingness to Pay, Purchase Intention

MERCU BUANA

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji niat beli individu terhadap produk ramah lingkungan, dengan objek penelitian pada produk Royco dari Unilever. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Masyarakat DKI Jakarta yang menggunakan produk Royco dari Unilever. Pengambilan sample dilakukan dengan menggunakan *probability sampling* dengan metode *simple random sampling*. Kerangka penelitian ini didasarkan pada *Theory of Planned Behavior* (TPB), yang melibatkan variabel sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan. Penelitian juga memasukkan variabel tambahan, yaitu pengetahuan lingkungan, kesadaran lingkungan, dan kesediaan membayar lebih (*willingness to pay*), untuk mengeksplorasi faktor-faktor utama yang memengaruhi niat beli konsumen. Analisis data dilakukan menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM). Penelitian ini bertujuan memberikan kontribusi teoretis dalam kajian niat beli produk ramah lingkungan dan kontribusi praktis bagi pengembangan strategi pemasaran produk Royco yang mendukung keberlanjutan. Hasilnya diharapkan mendukung pencapaian *Sustainable Development Goals* (SDG) 12, khususnya terkait konsumsi dan produksi yang bertanggung jawab.

Kata kunci: Pengetahuan Lingkungan, Kesadaran Lingkungan, Sikap, Norma Subjektif, Kontrol perilaku yang Dirasakan, Kesediaan untuk Membayar Lebih, Niat Beli

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini dengan judul “Model Penentu Niat Beli Individu Terhadap Produk Yang Ramah Lingkungan” sebagai syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen di Universitas Mercu Buana.

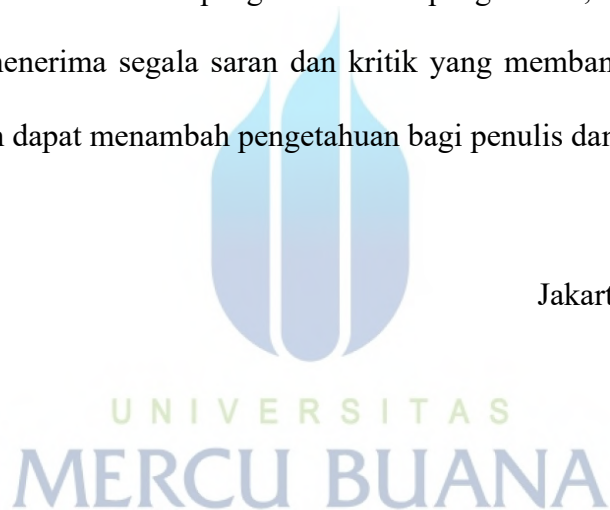
Penyusunan Tesis ini tidak lepas dari dukungan dan bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Mirza, MM, sebagai dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan nasihat yang sangat bermanfaat.
2. Orang tua dan keluarga besar saya yang telah memberikan dukungan, motivasi, dan doa.
3. Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng, Rektor Universitas Mercu Buana, dan Dr. Nurul Hidayah, M.Si., AK., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Dr. Lenny Christina Nawangsari, S.T., M.M., Ketua Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
5. Dr. Agus Arijanto, SE, MM, Sekertaris Program Studi S2 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
6. Ibu Herny Elisa Erwin, atasan di PT Technet Vision Indonesia, yang telah memberikan kesempatan untuk melanjutkan pendidikan sambil bekerja, serta

Bapak Hermawan Kusuma Hendra yang telah memberikan saran dan masukan berharga.

7. Tunangan saya, Sipky Jaya Putra, atas dukungan, semangat, dan kasih sayang yang luar biasa.
8. Teman-teman yang terus memberikan doa dan semangat.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki kekurangan dan kesalahan akibat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman, dan dengan kerendahan hati, penulis menerima segala saran dan kritik yang membangun. Semoga Tesis ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan bagi penulis dan pembaca.



Jakarta, 19 Desember 2024

Penulis,

Sherly Novia

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SIMILARITY CHECK	iii
LEMBAR PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian	14
1.4 Kontribusi Penelitian	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	16
2.1 Kajian Pustaka	16
2.1.1 Sustainable Development Goals (SDG)	16
2.1.2 Theory of Planned Behavior (TPB)	17
2.1.3 Konsep Niat Beli	20
2.1.4 Konsep Sikap	21
2.1.5 Konsep Norma Subjektif	23
2.1.6 Konsep Kontrol Perilaku yang Dirasakan	25
2.1.7 Konsep Kesiapan Membayar Lebih	27
2.1.8 Konsep Pengetahuan	28
2.1.9 Konsep Kesadaran	30
2.2 Penelitian Terdahulu	31
2.3 Kerangka Pemikiran	55

BAB III METODE PENELITIAN	66
3.1 Desain Penelitian	66
3.2 Definisi dan Operasional Variabel	67
3.3 Populasi dan Sampel	73
3.4 Metode Pengumpulan Data	74
3.5 Metode Analisis Data	75
3.5.1 Analisis Deskriptif	75
3.5.2 Analisis Data dengan Structural Equation Modelling (SEM)	76
3.6 Metode dan Teknik Pengujian	77
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	 82
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	82
4.1.1 Sejarah Perusahaan	82
4.1.2 Lingkup dan Bidang usaha	83
4.1.3 Sumber Daya	84
4.1.4 Tantangan Bisnis	85
4.1.5 Proses atau Kegiatan Fungsi Bisnis	86
4.2 Statistik Deskriptif	86
4.2.1 Deskripsi Responden	87
4.2.2 Deskripsi Variabel	90
4.3 Hasil Analisis Data dengan Partial Least Square	98
4.3.1 Hasil Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	101
4.3.2 Hasil Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	111
4.3.3 Hasil Uji Hipotesis	118
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	123
4.4.1 Analisa Pengaruh <i>Environmental Knowledge</i> terhadap <i>Attitude</i>	124
4.4.2 Analisa Pengaruh <i>Environmental Awareness</i> terhadap <i>Attitude</i>	125
4.4.3 Analisa Pengaruh <i>Attitude</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	126
4.4.4 Analisa Pengaruh <i>Subjective Norm</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	127
4.4.5 Analisa Pengaruh <i>Perceived Behavioral Control</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	128
4.4.6 Analisa Pengaruh <i>Willingness to Pay</i> terhadap <i>Attitude</i>	129
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	 131

5.1 Kesimpulan	131
5.2 Saran	133
5.2.1 Saran Praktis / Terapan.....	133
5.2.2 Saran Akademis	135
DAFTAR PUSTAKA	139



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 - Daftar kemasan botol yang sudah menggunakan PCR.....	7
Gambar 2.1 - Theory of Planned Behavior (TPB).....	18
Gambar 2.2 – Kerangka Penelitian	64
Gambar 4.1 - Logo PT Unilever Indonesia Tbk	82
Gambar 4.2 Gambar Model Teoritis	100
Gambar 4.3 Gambar Model SEM	101
Gambar 4.4 Model Uji Convergent Validity	104
Gambar 4.5 Model Uji Pengaruh	121



DAFTAR TABEL

Table 1. 1 - Penerapan SDG 12 Perusahaan Unilever, Nestle dan P&G	2
Table 1.2 - Pra-survey Niat Pembelian Produk Ramah Lingkungan Unilever: Kesadaran, Sikap, dan Praktik Konsumen terhadap Keberlanjutan	10
Tabel 2.1 – Penelitian Terdahulu.....	31
Tabel 3.1 – Operasional Variabel	71
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	87
Tabel 4.2 Nilai Konversi Mean	90
Tabel 4.3 – Hasil Distribusi Variabel	91
Tabel 4.4 Hasil Uji Convergent Validity – Outer Loading.....	103
Tabel 4.5 Hasil Uji Convergent Validity – Average Variance Extracted.....	105
Tabel 4.6 Hasil Pengujian Discriminant Validity – Cross Loading	106
Tabel 4.7 Hasil Pengujian Discriminant Validity – <i>Fornell Larcker Criterion</i>	108
Tabel 4.8 Hasil Pengujian Discriminant Validity - HTMT	110
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Konstruk	111
Tabel 4.10 Hasil Nilai R-Square	113
Tabel 4.11 Hasil Nilai f-Square.....	114
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Cross-Validated Redundancy	116
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Variance Inflation Factor (VIF)	116

Tabel 4.14 Hasil Pengujian Model Fit	117
Tabel 4.15 Hasil Analisis Uji Hipotesis	119

