



**PENGARUH PENERAPAN PRAKTIK HIJAU & PROMOSI
HIJAU YANG DIMODERASI OLEH KESADARAN
LINGKUNGAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN KAFE
DI JAKARTA**

TESIS

SHEILA RACHMANITA

55122120039

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

2025



**PENGARUH PENERAPAN PRAKTIK HIJAU & PROMOSI
HIJAU YANG DIMODERASI OLEH KESADARAN
LINGKUNGAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN KAFE
DI JAKARTA**

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan
Program Studi Magister Manajemen

SHEILA RACHMANITA

55122120039

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

2025

ABSTRACT

This study examines the influence of Green Practices and Green Promotion on consumers' Purchase Intention, with Environmental Awareness as a moderating variable, in the context of café businesses in Jakarta. As public concern for sustainability issues continues to grow, understanding how environmentally friendly factors influence consumer behavior is becoming increasingly important, especially in the rapidly growing food and beverage sector. This research involved respondents from the West Jakarta area and employed the Partial Least Squares - Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method to analyze the relationships between variables. The results indicate that both Green Promotion and Green Practices have a positive and significant effect on consumers' Purchase Intention. Furthermore, Environmental Awareness has a positive and significant effect on Purchase Intention and acts as a moderating variable that strengthens the relationship between Green Practices and Purchase Intention, but does not moderate the relationship between Green Promotion and Purchase Intention. These findings emphasize the importance of communication and promotional strategies that highlight environmentally friendly values to attract consumer interest, as well as the need to enhance environmental awareness as a crucial element in supporting sustainable purchasing decisions. This study offers practical implications for café business operators to build brand appeal through strategically integrated green approaches.

Keywords: Green Practices, Green Promotion, Purchase Intention, Environmental Awareness, Sustainable Cafe.

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji pengaruh Praktik Hijau dan Promosi Hijau terhadap Minat Beli konsumen, dengan Kesadaran Lingkungan sebagai variabel moderasi, dalam konteks bisnis kafe di Jakarta. Seiring meningkatnya kepedulian masyarakat terhadap isu keberlanjutan, pemahaman terhadap bagaimana faktor ramah lingkungan memengaruhi perilaku konsumen menjadi semakin penting, terutama di sektor makanan dan minuman yang berkembang pesat. Penelitian ini melibatkan responden dari wilayah Jakarta Barat dan menggunakan metode analisis *Partial Least Squares - Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) untuk menguji hubungan antar variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Promosi Hijau dan Praktik Hijau memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli konsumen. Selain itu, Kesadaran Lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli, serta berperan sebagai variabel moderasi yang memperkuat hubungan antara Praktik Hijau dan Minat Beli, namun tidak memoderasi hubungan antara Promosi Hijau dan Minat Beli. Temuan ini menegaskan pentingnya strategi komunikasi dan promosi yang mengedepankan nilai-nilai ramah lingkungan dalam menarik minat konsumen, serta perlunya peningkatan kesadaran lingkungan sebagai elemen penting dalam mendukung keputusan pembelian yang berkelanjutan. Penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi pelaku usaha kafe untuk membangun daya tarik merek melalui pendekatan hijau yang terintegrasi secara strategis.

Kata kunci: Praktik Hijau, Promosi Hijau, Minat Beli, Kesadaran Lingkungan, Kafe Berkelanjutan.

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : PENGARUH PENERAPAN PRAKTIK HIJAU & PROMOSI
HIJAU YANG DIMODERASI OLEH KESADARAN
LINGKUNGAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN KAFE
DI JAKARTA

Bentuk Tesis : Penelitian

Nama : Sheila Rachmanita

NIM : 55122120039

Program : Magister Manajemen

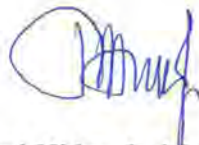
Tanggal : 26/02/2025

Mengesahkan
Pembimbing

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
(Dr. Alugoro Mulyowahyudi, MM)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi Magister Manajemen



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



Dr. Leny Christina Nawangsari, MM.

LEMBAR PERNYATAAN

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

Judul : PENGARUH PENERAPAN PRAKTIK HIJAU & PROMOSI HIJAU YANG DIMODERASI OLEH KESADARAN LINGKUNGAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN KAFE DI JAKARTA

Nama : Sheila Rachmanita

NIM : 55122120039

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 26 Februari 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.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 4 September 2025



Sheila Rachmanita
Sheila Rachmanita

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* : Sheila Rachmanita
NIM */Student id Number* : 55122120039
Program Studi */Study program* : S2 Manajemen

dengan judul:
/The title:

“PENGARUH PENERAPAN PRAKTIK HIJAU & PROMOSI HIJAU YANG
DIMODERASI OLEH KESADARAN LINGKUNGAN TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN KAFE DI JAKARTA BARAT”

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

21 Februari 2025

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

21 %

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 21 Februari 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.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini dengan judul **“Pengaruh Penerapan Praktik Hijau & Promosi Hijau Yang Dimoderasi Oleh Kesadaran Lingkungan Terhadap Minat Beli Konsumen Kafe Di Jakarta”**. 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 Bapak Dr. Alugoro Mulyowahyudi, MM 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 terlepas 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., 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. Bapak Dr. Alugoro Mulyowahyudi, MM selaku Dosen Pembimbing Marketing Research yang telah berkenan memberikan ilmu dan solusi pada setiap permasalahan atas kesulitan dalam penulisan Tesis ini.
5. Dosen penelaah sidang proposal, sidang seminar hasil dan penguji sidang akhir, yang telah memberikan masukan dan saran agar Tesis ini menjadi lebih baik.
6. Segenap Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana, yang telah dengan tulus dan penuh dedikasi memberikan ilmu yang sangat berharga, serta menginspirasi kami untuk terus berkembang dan berkontribusi bagi masyarakat.
7. Teristimewa, kepada orang tua dan keluarga saya terima kasih telah memberikan banyak dukungan untuk saya bisa menyelesaikan studi ini.

8. Seluruh teman-teman seangkatan 2022/2023 Universitas Mercu Buana, khususnya kelas Meruya Pagi MM42.
9. Dan kepada seluruh responden yang telah membantu menjawab kuesioner pada penelitian 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 hati, 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, 22 Mei 2025

Penulis



DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
PERNYATAAN PENGECEKAN PLAGIASI(SIMILARITY)	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	21
1.3 Tujuan Penelitian.....	22
1.4 Kontribusi Penelitian.....	22
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	24
2.1 Kajian Teori.....	24
2.1.1 Konsep Sustainable Development Goals (SDGs)	24
2.1.2 Sustainability dalam Bisnis.....	24
2.1.3 <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB)	25
2.1.4 Industri Kafe.....	27
2.1.5 Strategi Industri Kafe	27
2.1.6 Pemasaran Hijau.....	29
2.1.7 Minat Beli	31
2.1.8 Praktik Hijau	34
2.1.9 Promosi Hijau	38
2.1.10 Kesadaran Lingkungan	40
2.2 Penelitian Terdahulu.....	44
2.3 Kerangka Berpikir.....	55

2.4	Pengembangan Hipotesis	56
2.4.1	Pengaruh Praktik Hijau terhadap minat Beli.....	56
2.4.2	Pengaruh Promosi Hijau terhadap minat Beli.....	57
2.4.3	Pengaruh Kesadaran Lingkungan terhadap minat Beli.....	57
2.4.4	Kesadaran Lingkungan memoderasi Pengaruh Praktik Hijau terhadap minat Beli	58
2.4.5	Kesadaran Lingkungan memoderasi Pengaruh Promosi Hijau terhadap minat Beli	59
BAB III METODE PENELITIAN		60
3.1	Desain Penelitian.....	60
3.2	Definisi dan Operasionalisasi Variabel	61
3.2.1	Variabel Independen (X)	61
3.2.2	Variabel Dependen (Y).....	62
3.2.3	Variabel Moderasi (Z)	63
3.3	Populasi dan Sampel	65
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	68
3.5	Metode Analisis Data	69
3.5.1	Statistik Deskriptif	69
3.5.2	Uji Instrumen	69
3.5.3	Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	71
3.5.4	Uji Hipotesis (Estimasi Koefisien Jalur).....	73
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		75
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	75
4.2	Analisis Data	77
4.2.1	Karakteristik Responden	78
4.2.2	Hasil Analisis Data.....	81
4.2.2.1	Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	81
4.2.2.2	Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	89
4.2.2.3	<i>Path Coefficients</i> (Uji Hipotesis)	93
4.3	Pembahasan.....	94
4.3.1	Analisis Pengaruh Praktik Hijau terhadap Minat Beli	95

4.3.2 Analisis Pengaruh Promosi Hijau terhadap Minat Beli	96
4.3.3 Analisis Pengaruh Kesadaran Lingkungan terhadap Minat Beli ..	98
4.3.4 Analisis Kesadaran Lingkungan memoderasi Pengaruh Praktik Hijau terhadap Minat Beli.....	99
4.3.5 Analisis Kesadaran Lingkungan memoderasi Pengaruh Promosi Hijau terhadap Minat Beli.....	101
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	105
5.1 Kesimpulan	105
5.2 Saran.....	106
DAFTAR PUSTAKA.....	113
LAMPIRAN.....	120



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Contoh Perusahaan yang Menerapkan Sustainability Report pada Produk Makanan dan Minuman	5
Tabel 1.2 Daftar Kafe Ramah Lingkungan di Wilayah Jakarta Barat	8
Tabel 3.3 Tabel Operasional Variabel.....	64
Tabel 3.5 Reliabilitas Konstruk.....	71
Tabel 4.6 Karakteristik Responden berdasarkan kategori.....	78
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Convergent Validity	82
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Convergent Validity Modifikasi.....	83
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Average Variance Extracted (AVE).....	84
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Discriminant Validity (Cross Loading).....	84
Tabel 4.1215 Hasil Pengujian Fornell Larcker Critetion	85
Tabel 4.16 Hasil Pengujian Heterotrait-Monotrait (HTMT).....	86
Tabel 4.17 Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability	87
Tabel 4.18 Hasil Uji R-Square	90
Tabel 4.19 Hasil Pengujian f-Square.....	91
Tabel 4.20 Hasil Pengujian Q-Square	92
Tabel 4.21 Hasil Uji Model Fit	92
Tabel 4.22 Nilai t-tabel.....	93
Tabel 4.23 Hasil Uji Path Coefficients (Hipotesis)	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Presentase Variabel Hasil Pra-survey	16
Gambar 2.2 Model Theory of Planned Behavior	26
Gambar 2.3 Kerangka Berpikir	56
Gambar 2.4 Hasil Algoritma PLS	82
Gambar 4.5 Hasil Algoritma PLS (Modifikasi)	83



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	120
Lampiran 2. Data Hasil Kuesioner.....	124
Lampiran 3. Hasil Olah Data dengan Aplikasi Statistik SmartPLS 3.0.....	129
Lampiran 4. Curriculum Vitae	133

