

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA* DAN *GREEN PERCEIVED VALUE*
TERHADAP *PURCHASE INTENTION TO SUSTAINABLE FASHION* DI
MEDIASI OLEH *ENVIROMENTAL AWARENESS* PADA PRODUK
THRIFTING SEBAGAI SOLUSI ALTERNATIF *FAST FASHION***

(Studi Kasus Daerah Jakarta)

SKRIPSI



Nama : Zahra Zahfarina Afrianti

NIM : 43121110092

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA**

2025

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA* DAN *GREEN PERCEIVED VALUE*
TERHADAP *PURCHASE INTENTION TO SUSTAINABLE FASHION* DI
MEDIASI OLEH *ENVIROMENTAL AWARENESS* PADA PRODUK
THRIFTING SEBAGAI SOLUSI ALTERNATIF *FAST FASHION***

(Studi Kasus Daerah Jakarta)

SKRIPSI

**Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi
Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta**



Nama : Zahra Zahfarina Afrianti

NIM : 43121110092

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA**

2025

LEMBAR PERNYATAAN

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

Judul : Pengaruh *Social Media* dan *Green Perceived Value* terhadap *Purchase Intention to Sustainable Fashion* di Mediasi oleh *Enviromental Awareness* pada Produk *Thriftling* sebagai Solusi Alternatif *Fast Fashion* (Studi Kasus Daerah Jakarta)

Bentuk Skripsi : Penelitian

Nama : Zahra Zahfarina Afrianti

NIM : 43121110092

Program : S1 Manajemen

Merupakan hasil penelitian dan karya saya sendiri di bantu oleh bimbingan dosen pembimbing, apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Penelitian ini belum pernah di ajukan dalam memperoleh gelar sajarna di perguruan tinggi lain. Semua informasi-informasi yang di sajikan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kejelasannya.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 1 Juli 2025



Zahra Zahfarina Afrianti

43121110092

	BIRO PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS MERCU BUANA	
---	--	---

No.Dokumen	1-1-3.4.11.00	Distribusi					
Tgl. Efektif	25 September 2024						

SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

Nama : ZAHRA ZAHFARINA AFRIANTI
NIM : 43121110092
Fakultas / Program Studi : FEB / Manajemen
Jenis : Skripsi
Judul Tugas Akhir : PENGARUH SOCIAL MEDIA DAN GREEN PERCEIVED VALUE TERHADAP PURCHASE INTENTION TO SUSTAINABLE FASHION DI MEDIASI OLEH ENVIROMENTAL AWARENESS PADA PRODUCT THRIFTING SEBAGAI SOLUSI ALTERNATIF FAST FASHION (Studi Kasus Daerah Jakarta)
Hasil Pengecekan Turnitin : 27%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **27%** dan dinyatakan memenuhi syarat untuk mengajukan sidang tugas akhir sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Mercu Buana. Hasil uji Turnitin terlampir.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan digunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS
 MERCU BUANA

Jakarta, 29 August 2025
Kepala Biro Perpustakaan



Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

Ket: Surat keterangan ini sebagai salah satu syarat untuk pendaftaran sidang Skripsi.

2025/Agustus/29/0000000429/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Zahra Zahfarina Afrianti
NIM : 43121110092
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Social Media dan Green Perceived Value terhadap Purchase Intention to Sustainable Fashion di Mediasi oleh Enviromental Awareness pada Produk Thrifting sebagai Solusi Alternatif Fast Fashion (Studi Kasus Daerah Jakarta)
Tanggal Sidang : 22 Agustus 2025

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dudi Permana, Ph.D

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



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



Dudi Permana, Ph.D

LPTA-08255576



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

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menentukan dan menganalisis Pengaruh Media Sosial dan Nilai Hijau yang Dirasakan terhadap Niat Pembelian dalam mode berkelanjutan dengan Kesadaran Lingkungan sebagai variabel Mediasi. Latar belakang penelitian ini adalah meningkatnya konsumsi fashion cepat yang berdampak negatif terhadap lingkungan dan rendahnya kesadaran masyarakat tentang fashion berkelanjutan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) untuk menguji hubungan antar variabel. Populasi penelitian adalah penduduk daerah Jakarta Raya yang memiliki niat tetapi belum pernah membeli produk thrifting. Ukuran sampel yang digunakan adalah 119 responden diperoleh melalui metode sampling purposif, dengan data dikumpulkan menggunakan kuesioner skala Likert lima poin. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pengaruh Media Sosial dan Nilai Hijau yang Dirasakan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kesadaran Lingkungan. Pengaruh Media Sosial, Nilai Hijau yang Dirasakan dan Kesadaran Lingkungan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Membeli. Kesadaran Lingkungan berperan sebagai mediator dalam hubungan antara Pengaruh Media Sosial dan Nilai Hijau yang Dirasakan terhadap Niat Membeli, yang memiliki pengaruh positif dan signifikan. Penelitian ini berkontribusi pada industri fashion dalam merancang strategi komunikasi melalui pemanfaatan media sosial dan nilai hijau untuk meningkatkan kesadaran lingkungan. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya mengenai perilaku pembelian konsumen yang berorientasi pada sustainable fashion, khususnya thrifting.

Kata kunci: Pengaruh Media Sosial, Nilai Hijau yang Dirasakan, Kesadaran Lingkungan

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the influence of social media and green perceived value on purchase intention in sustainable fashion with environmental awareness as a mediating variable. The background of this study is the increasing consumption of fast fashion, which has a negative impact on the environment, and the low public awareness of sustainable fashion. This study uses a quantitative approach with partial least square-structural equation modeling (PLS-SEM) analysis techniques to test the relationship between variables. The research population consists of residents of the greater jakarta who have the intention but have never purchased thrifting products. The sample size used is 119 respondents obtained through purposive sampling, with data collected using a five-point likert scale questionnaire. The results of this study indicate that the influence of social media and green perceived value have a positive and significant effect on environmental awareness. The influence of social media, green perceived value, and environmental awareness have a positive and significant effect on purchase intention. Environmental awareness acts as a mediator in the relationship between the influence of social media and green perceived values on purchase intention, which has a positive and significant effect. This study contributes to the fashion industry in designing communication strategies through the use of social media and green values to increase environmental awareness. In addition, this study can also be a reference for further research on consumer purchasing behavior oriented towards sustainable fashion, especially thrifting.

Keywords: Social Media Influence, Green Perceived Value, Enviromental Awareness, Purchase Intention.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya yang telah melimpahkan segala hikmat dan berkat-Nya sehingga peneliti dapat menyusun proposal skripsi dengan judul **“Pengaruh *Social Media* dan *Green Perceived Value* terhadap *Purchase Intention to Sustainable Fashion* di Mediasi oleh *Enviromental Awareness* pada Produk *Thrifting* sebagai Solusi Alternatif *Fast Fashion* (Studi Kasus Daerah Jakarta)”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen.

Terimakasih saya ucapkan kepada Dosen Pembimbing saya yaitu Bapak Dudi Permana, MM, Ph.D yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, dan semangat dalam proses penyusunan proposal skripsi ini sehingga dapat terselesaikan. Semoga Allah SWT memberikan kesehatan kepada Bapak.

Selama menyusun proposal skripsi ini, peneliti menyadari banyak menemukan dukungan dan hambatan. Namun, berkat bimbingan dan arahan serta saran dari berbagai pihak sehingga peneliti dapat menyelesaikan proposal skripsi ini. Untuk itu dengan segala kerendahan hati, dalam kesempatan ini izinkan peneliti mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

1. **Prof. Dr. Andi Adriansyah, M.Eng** selaku Rektor Universitas Mercu Buana, atas dukungan dan kesempatan yang diberikan untuk menempuh Pendidikan di Universitas ini.

2. **Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak** selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan dukungan dan fasilitas dalam menyelesaikan studi ini.
3. **Dudi Permana, MM, Ph.D** selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana sekaligus Dosen Pembimbing yang sangat berjasa dari awal penelitian telah memberikan kepercayaan, arahan dan bimbingan berharga dalam perjalanan penelitian saya.
4. **Eri Marlapa, SE., MM** selaku Sekretaris 1 Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan bantuan administratif dan dukungan dalam proses penyelesaian skripsi ini.
5. **Seluruh dosen dan staff** program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang sudah memberikan segenap ilmu, dukungan dan motivasi selama ini.
6. **Teruntuk cinta pertama dan panutanku Ayahanda Afrizul serta pintu surgaku Ibunda Asma Yanti.** Terima kasih karena selalu berjuang mengupayakan yang terbaik untuk kehidupan penulis. Berkorban keringat, tenaga dan pikiran demi memberikan yang terbaik, tanpa pernah mengenal lelah dalam mendo'akan, memperhatikan dan mendukung sehingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana. Semoga mama dan papa senantiasa diberikan kesehatan, umur yang Panjang, serta kebahagiaan yang

tak terbatas. Terima kasih telah menjadi rumah dan Cahaya dalam setiap langkahku.

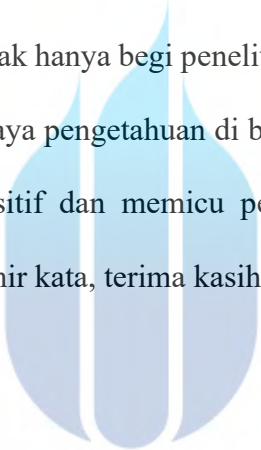
7. **Teruntuk Alm. Bagus Satria Afriandy** abangku sosok yang paling kurindukan, terimakasih atas cinta, nasihat, dan semangat yang pernah Abang tanamkan semasa hidup. Terima kasih telah menjadi alasan ade untuk tetap semangat berjuang meraih gelar sarjana yang Abang impikan, walaupun berat sekali harus melewati semua ini tanpa di damping sosok Abang. Rasa iri dan rindu sering kali membuat terjatuh. Semoga Abang bangga dengan usaha dan perjuangan ade selama ini dan bahagia di Surganya Allah. Aamiin.

8. **Zahra Zahfarina Afrianti, ya saya sendiri.** Apresiasi sebesar-besarnya karena telah berjuang menyelesaikan apa yang telah dimulai. Sulit bisa bertahan sampai di titik ini. Terima kasih telah memilih untuk terus melangkah bahkan ketika jalan terasa gelap dan penuh keraguan. Segala usaha, tangis yang tersembunyi, serta keberanian untuk bangkit setiap kali merasa putus asa atas apa yang sedang di perjuangkan. Jangan lupa untuk merayakan setiap langkah kecilmu dan tetaplah jadi manusia yang mau berusaha dan tidak lelah mencoba. *God, thank you for making me an independent woman. I know there are many greater ones out there, but today I'm proud of this achievement.*

9. **Para sahabat dan teman-teman seperjuangan.** Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan ini, berjuang Bersama, saling menguatkan, dan tetap bertahan sejak awal hingga saat ini. Kebersamaan kalian

memberikan banyak pengalaman berkesa, inspirasi, serta dorongan semangat yang begitu berarti dalam proses penyusunan skripsi ini. Do'a terbaik selalu saya panjatkan untuk kita semua.

Penulis menyadari bahwa proposal skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak yang dapat membantu memperbaiki kualitas skripsi ini. Dengan demikian, diharapkan skripsi ini dapat memberikan manfaat yang signifikan, tidak hanya bagi peneliti, tetapi juga bagi pembaca secara umum, dan dapat memperkaya pengetahuan di bidang ini. Semoga karya ini dapat memberikan kontribusi positif dan memicu pengembangan lebih lanjut dalam penelitian yang relevan. Akhir kata, terima kasih saya ucapkan.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Zahra Zahfarina Afrianti

43121110092

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
PENYATAAN PENGECEKAN PLAGIASI (SIMILARITY)	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	17
C. Tujuan Penelitian	18
D. Kontribusi Penelitian	19
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	20
A. Kajian Pustaka	20
1. Teori SOR	20
2. <i>Sustainable Development Goals (SDGs)</i>	22
3. <i>Purchase Intention</i>	26
4. <i>Social Media Influence</i>	28
5. <i>Green Perceived Value</i>	31
6. <i>Environmental Awareness</i>	33
7. Penelitian Pendahulu	35
B. Pengembangan Hipotesis	42
C. Kerangka Pemikiran	46
BAB III METODE PENELITIAN	48
A. Waktu Penelitian dan Tempat Penelitian	48
1. Waktu Penelitian	48
2. Tempat Penelitian	48
B. Desain Penelitian	48
C. Definisi dan Operasional Variabel	49
1. <i>Purchase Intention</i> (Minat Beli)	50
2. <i>Social Media Influence</i> (Pengaruh Media Sosial)	51

3. <i>Green Perceived Value</i> (Nilai Persepsi Hijau)	51
4. <i>Enviromental Awareness</i> (Kesadaran Lingkungan)	51
D. Skala Pengukuran Variabel	53
E. Populasi dan Sampel	54
1. Populasi	54
2. Sampel	55
F. Metode Pengumpulan Data	56
G. Metode Analisis Data	58
1. Analisis <i>Partial Least Square</i> (PLS)	58
2. Langkah Pengujian Analisis PLS	59
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	66
A. Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian	66
1. Objek Penelitian	66
2. Subjek Penelitian	67
B. Analisis Deskriptif	68
1. Karakteristik Responden	68
2. Deskripsi Variabel Jawaban Variabel	71
C. Hasil Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS)	75
1. Evaluasi <i>Measurement Model</i> (<i>Outer Model</i>)	75
2. <i>Structural Equation Model</i> (<i>inner model</i>)	81
D. Pembahasan Hasil Penelitian	88
1. Pengaruh <i>Social Media Influence</i> terhadap <i>Enviromental Awareness</i> (H1)	88
2. Pengaruh <i>Green Perceived Value</i> terhadap <i>Enviromental Awareness</i> (H2)	89
3. Pengaruh <i>Enviromental Awareness</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> (H3)	90
4. Pengaruh <i>Social Media Influence</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> (H4)	91
5. Pengaruh <i>Green Perceived Value</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> (H5)	92
6. <i>Enviromental Awareness</i> memediasi hubungan antara <i>Social Media Influence</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	93
7. <i>Enviromental Awareness</i> memediasi hubungan antara <i>Green Perceived Value</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	94
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	95
A. Kesimpulan	95
B. Saran	98
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN	105

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Tabel Pra-Survey	14
Tabel 2.1	Tabel Peneliti Terdahulu	35
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel	52
Tabel 3.2	Lima Alternatif Jawaban Responden	54
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden	68
Tabel 4.2	Usia Responden	69
Tabel 4.3	Pekerjaan Responden	70
Tabel 4.4	Deskripsi Jawaban Responden Variabel <i>Social Media Influence</i>	71
Tabel 4.5	Deskripsi Jawaban Responden Variabel <i>Green Perceived Value</i>	72
Tabel 4.6	Deskripsi Jawaban Responden Variabel <i>Enviromental Awareness</i>	73
Tabel 4.7	Deskripsi Jawaban Responden Variabel <i>Purchase Intention</i>	74
Tabel 4.8	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	76
Tabel 4.9	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi)	78
Tabel 4.10	Uji <i>Discriminant Validity</i>	80
Tabel 4.11	<i>Construct Reliability and Validity</i>	81
Tabel 4.12	Nilai R^2	82
Tabel 4.13	Nilai F^2	83
Tabel 4.14	Nilai Q^2	84
Tabel 4.15	Uji Hipotesis Hubungan Langsung	85
Tabel 4.16	Uji Hipotesis Hubungan Mediasi	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Produk <i>fashion</i> menjadi produk paling banyak dibeli	1
Gambar 1.2	Limbah <i>Fast Fashion</i>	2
Gambar 1.3	Perbandingan Emisi Gas Rumah Kaca Poliester	3
Gambar 1.4	Masyarakat Indonesia yang pernah melakukan <i>Thrift</i>	9
Gambar 2.1	<i>Sustainable Development Goals</i> (SDGs)	22
Gambar 2.2	SDGs 12 <i>Responsible Consumption and Production</i>	23
Gambar 2.3	SDGs 6 <i>Clean Water and Sanitation</i>	24
Gambar 2.4	<i>Framework</i> Penelitian	46
Gambar 4.1	Hasil <i>Algorithm</i> PLS	77
Gambar 4.2	Hasil <i>Algorithm</i> PLS (Modifikasi)	79
Gambar 4.3	Hasil Uji <i>Bootstrapping</i>	86

