

PENGARUH *GREEN MARKETING MIX* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* DENGAN *ENVIRONMENTAL KNOWLEDGE* SEBAGAI VARIABEL MODERATOR: SURVEI PADA TOKO FURNITURE MODERN

Tuanku Rafli Damarayudha

1705618022



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

KONSENTRASI PEMASARANAN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2023

THE EFFECT OF GREEN MARKETING MIX ON PURCHASE INTENTION WITH ENVIRONMENTAL KNOWLEDGE AS MODERATING VARIABLE: SURVEY ON MODERN FURNITURE SHOP

Tuanku Rafie Damarayudha

1705618022



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

This thesis was prepared as one of the requirements to obtain a Bachelor's Degree in Management at the Faculty of Economics, State University of Jakarta

**MANAGEMENT STUDY PROGRAM
MARKETING CONCENTRATION
FACULTY OF ECONOMICS
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Lembar Persetujuan Ujian Skripsi

PERSETUJUAN PEMBIMBING DIPERSYARATKAN UNTUK UJIAN SKRIPSI	
<p>Pembimbing 1</p>  <p><u>Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si., Ph.D</u> NIP. 197412212008121001</p>	<p>Pembimbing 2</p>  <p><u>Ika Febrilia, SE, M.M</u> NIP. 198702092015042001</p>
<p>Mengetahui, Koordinator Program Studi S1 Manajemen</p>  <p><u>Prof. Dr. Suherman, M.Si</u> NIP. 197311162006041001</p>	
<p>Nama : Tuanku Rafli Damarayudha No. Registrasi : 1705618022 Program Studi : S1 Manajemen</p>	

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
- dibuat rangkap Lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru






LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab

Plt. Dekan Fakultas Ekonomi



Prof. Usep Suhud, Ph.D
NIP. 197002122008121001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Prof. Dr. Mohamad Rizan, SE, MM NIP.197206272006041001 (Ketua)		23/08/23
2	Dewi Agustin Pratama Sari, S.E., MSM NIP.199308272020122024 (Sekretaris)		21/08/23
3	Prof. Usep Suhud, Ph.D NIP.197002122008121001 (Penguji Ahli)		21/08/23
4	Andi Muhammad Sadat, SE.,M.Si.,Ph.D NIP.197412212008121001 (Pembimbing 1)		25/08/23
5	Ika Febrilia, SE, M.M NIP.198702092015042001 (Pembimbing 2)		23/08/23

Nama : Tuanku Rafli Damarayudha
No. Registrasi : 1705618022
Program Studi : S1 Manajemen
Tanggal Lulus : 7 Agustus 2023

PERNYATAAN ORSINILITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya adalah karya asli dan saya belum pernah mengajukan gelar akademik sarjana di Universitas Negeri Jakarta atau di Perguruan Tinggi lain manapun.
2. Skripsi ini belum pernah di publikasi, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik yaitu mencabut gelar yang saya peroleh dan sanksi lain sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 17 Agustus 2023
Yang Membuat Pernyataan



Tuaniku Raffle Damarayudha
NIM.1705618022



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Tuanku Rafie Damarayudha
NIM : 1705618022
Fakultas/Prodi : Ekonomi / SI MANAJEMEN
Alamat email : rafiadamara03@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh Green Marketing Mix Terhadap Purchase Intention
dengan Environmental Knowledge sebagai Variabel Mediator,
Studi pada toko furniture Modern

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta , 17 September 2023

Penulis

(Tuanku Rafie D)
nama dan tanda tangan

ABSTRAK

Tuanku Rafli Damarayudha, 2023; Pengaruh *Green Marketing Mix* Terhadap *Purchase Intention* dengan *Environmental Knowledge* sebagai Variabel Moderator, Survei Pada Toko Furniture Modern, Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, Tim Pembimbing: Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si., Ph.D & Ika Febrilia, SE, M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh *green product* terhadap *purchase intention*, pengaruh *green price* terhadap *purchase intention*, pengaruh *green place* terhadap *purchase intention*, pengaruh *green promotion* terhadap *purchase intention*, pengaruh *green product* terhadap *purchase intention* dengan *environmental knowledge* sebagai variabel moderator, pengaruh *green price* terhadap *purchase intention* dengan *environmental knowledge* sebagai variabel moderator, pengaruh *green place* terhadap *purchase intention* dengan *environmental knowledge* sebagai variabel moderator, pengaruh *green promotion* terhadap *purchase intention* dengan *environmental knowledge* sebagai variabel moderator. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode survei dengan instrumen berupa kuesioner. Sampel penelitian yang dikumpulkan berjumlah minimal 200 responden yang berdomisili di Jabodetabek, berusia 17 tahun ke atas dan mengetahui merek IKEA, Software yang digunakan pada analisis data adalah SPSS dan SEM (Structural Equation Model) dari AMOS versi 26.

Kata Kunci: *green product, green price, green place, green promotion, environmental knowledge, purchase intention, IKEA.*

ABSTRACT

Tuanku Rafli Damarayudha, 2023; *The Effect of Green Marketing Mix on Purchase Intentions with Environmental Knowledge as a Moderating Variable, Survey On Modern Furniture Shop, S1 Management Study Program, Faculty of Economics, Jakarta State University, Advisory Team: Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si., Ph.D & Ika Febrilia, SE, M.M.*

The purpose of this study is to determine the effect of green product on purchase intention, the effect of green price on purchase intention, the effect of green place on purchase intention, the effect of green promotion on purchase intention, the effect of green product on purchase intention with environmental knowledge as a moderator variable, the influence of green price on purchase intention with environmental knowledge as a moderator variable, the effect of green places on purchase intention with environmental knowledge as a moderator variable, the effect of green promotion on purchase intention with environmental knowledge as a moderator variable. The data collection method used is a survey method with an instrument in the form of a questionnaire. The research sample at least 200 respondents who live in greater Jabodetabek, aged 17 years and over and know the IKEA brand. Software used in data analysis is SPSS and SEM (Structural Equation Model) from AMOS version 26.

Keywords: *green product, green price, green place, green promotion, environmental knowledge, purchase intention, IKEA*


LEMBAR PERSEMBAHAN

Puji dan rasa syukur serta terimakasih yang mendalam, penulis panjatkan kepada Allah SWT atas berkat dan rahmat-nya yang telah memungkinkan peneliti menyelesaikan skripsi yang berjudul ***“Pengaruh Green Marketing Mix Terhadap Purchase Intention dengan Environmental Knowledge Sebagai Variabel Moderasi, Survei Pada Toko Furniture Modern”*** dengan tepat waktu. pada kesempatan ini, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bimbingan dan bantuan, termasuk di antaranya kepada Andi Muhammad Sadat, SE.,M.Si.,Ph.D sebagai pembimbing I dan Ika Febrilia, SE, M.M sebagai Pembimbing II.

Tidak terhingga rasa terima kasih kepada keluarga peneliti yang senantiasa memberikan dukungan dan doa tanpa henti, terutama kepada mama dan papa tercinta yang selalu memberikan dukungan baik secara moril dan materil. Peneliti juga ingin menyampaikan apresiasi yang tulus kepada teman-teman management angkatan 2018 atas semangat dan bantuan yang luar biasa selama proses penulisan hingga proses penyelesaian skripsi ini. Semoga segala kebaikan yang telah diberikan mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT.

Peneliti mengakui masih terbatasnya kemampuan dan pengetahuan peneliti sehingga disadari bahwa penelitian ini masih memiliki potensi pengembangan lebih lanjut. Oleh karena itu, penulis dengan rendah hati menerima semua masukan dan kritik konstruktif dari para pembaca, Semoga tesis ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan peneliti di masa mendatang.

Jakarta, 17 Agustus 2023



Tuanku Rafli Damarayudha
NIM.1705618022

KATA PENGANTAR

Puji syukur Peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua sehingga Peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh *Green Marketing Mix* Terhadap *Purchase Intention* dengan *Environmental Knowledge* sebagai Variabel Moderator, Survei pada toko furniture modern”. Skripsi ini disusun dalam rangka memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Peneliti menyadari bahwa hasil dari penyusunan skripsi ini sepenuhnya bisa selesai karena adanya banyak dukungan, semangat, serta bimbingan dari berbagai pihak, baik bersifat moril maupun materil. Dengan terselesaikannya penulisan Skripsi ini, Peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Usep Suhud, Ph.D., selaku Plt. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
2. Dr. Suherman, SE., M.Si., selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si., Ph.D, selaku dosen pembimbing 1 yang telah membimbing dan membantu peneliti dalam proses penulisan skripsi ini.
4. Ika Febrilia, SE, M.M., selaku dosen pembimbing 2 yang telah membimbing dan membantu peneliti dalam proses penulisan skripsi ini
5. Ade Arie Jantra dan Natalia Setiono selaku orang tua peneliti yang telah memberikan bantuan baik moril maupun materil.
6. Nida Fauziyah Ramadhanti S.Psi yang selalu memberikan dukungan terbaik kepada peneliti untuk menyelesaikan penelitian ini.

Peneliti menyadari dalam proposal ini masih terdapat kekurangan-kekurangan sehingga peneliti sangat menerima saran dan kritik guna memperbaiki proposal ini. Demikian proposal ini disusun, semoga dapat memberikan manfaat bagi para pembaca.

Jakarta, 17 Agustus 2023



Tuanku Raflie Damarayudha

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG	i
LEMBAR PENGESAHAN SIDANG	ii
PERNYATAAN ORSINILITAS	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	vi
LEMBAR PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB 1	13
PENDAHULUAN.....	13
1.1 Latar Belakang	13
1.2 <i>Pertanyaan Penelitian</i>	21
1.3 <i>Tujuan Penelitian</i>	21
1.4 <i>Manfaat Penelitian</i>	22
1.4.1 <i>Manfaat Penelitian Praktis</i>	22
1.4.2 <i>Manfaat Penelitian Teoritis</i>	23
BAB II	24
2.1 Teori Pendukung	24
2.1.1 <i>Purchase Intention</i>	25
2.1.2 <i>Green Product</i>	26
2.1.3 <i>Green Price</i>	28
2.1.4 <i>Green Place</i>	28
2.1.5 <i>Green Promotion</i>	30
2.1.6 <i>Environmental knowledge</i>	31
2.2 Hasil Penelitian yang Relevan.....	32
2.3 Perumusan Hipotesis	35
2.3.1 <i>Green product dengan purchase intention</i>	35
2.3.2 <i>Green price dengan purchase intention</i>	35
2.3.3 <i>Green place dengan purchase intention</i>	35

2.3.4 <i>Green promotion</i> dengan <i>purchase intention</i>	36
2.3.5 <i>Green product</i> dengan <i>purchase intention</i> yang di moderator oleh <i>environmental knowledge</i>	36
2.3.6 <i>Green price</i> dengan <i>purchase intention</i> yang di moderator oleh <i>environmental knowledge</i>	37
2.3.7 <i>Green place</i> dengan <i>purchase intention</i> yang di moderator oleh <i>environmental knowledge</i>	37
2.3.8 <i>Green promotion</i> dengan <i>purchase intention</i> yang di moderator oleh <i>environmental knowledge</i>	38
2.4 Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis	39
2.4.1 Kerangka Teori	39
2.4.2 Hipotesis	39
BAB III.....	39
METODOLOGI PENELITIAN	39
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	39
3.2 Metode Penelitian	39
3.3 Populasi dan Sampel	39
3.3.1 Populasi.....	39
3.3.2 Sampel	39
3.4 Teknik Pengumpulan Data	40
3.5 Operasionalisasi Variabel Penelitian dan Skala Pengukuran	40
3.5.1 Operasionalisasi Variabel Penelitian	40
3.5.2 Skala Pengukuran	42
3.6 Teknik Analisis Data	42
3.6.1 Analisis Deskriptif.....	42
3.6.2 Uji Validitas.....	43
3.6.3 Uji Reliabilitas	43
3.6.4 Uji Kesesuaian Model.....	43
3.6.5 Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	44
3.6.6 Pengujian Hipotesis	44
3.7 Model SEM	45
BAB IV	46
HASIL DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Deskripsi Data	46

4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin.....	46
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	47
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	47
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	48
4.2 Analisis Deskriptif.....	49
4.2.1 Green product	49
4.2.2 Green price.....	50
4.2.3 Green place	51
4.2.4 <i>Green promotion</i>	52
4.2.5 Environmental Knowledge	53
4.2.6 Purchase intention.....	54
4.3 Hasil Penelitian.....	55
4.3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	55
4.3.2 Uji kesesuaian Model.....	57
4.3.3 Pengujian Hipotesis	63
BAB V.....	68
PENUTUP.....	68
5.1 Kesimpulan.....	68
5.2 Implikasi	70
5.2.1 Implikasi Teoritis	70
5.2.1 Implikasi Praktis	71
5.3 Keterbatasan Penelitian	72
5.4 Saran Penelitian	73
5.4.1 Saran Teoritis	73
5.4.2 Saran Praktis	73
5.5 Rekomendasi Bagi Peneliti Selanjutnya.....	74
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN.....	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Investigasi Earthsight Tentang Pembalakan Liar IKEA	5
Gambar 1. 2 Kumpulan Informasi Tentang Produk IKEA yang Berbahaya	6
Gambar 1. 1 Investigasi Earthsight Tentang Pembalakan Liar IKEA	5
Gambar 1. 2 Kumpulan Informasi Tentang Produk IKEA yang Berbahaya	6
Gambar 1. 3 Pendapatan IKEA di Seluruh Dunia (2019-2022)	9
Gambar 2. 1 Kerangka Teori.....	28
Gambar 3. 1 Model SEM Diolah dengan AMOS	36
Gambar 4. 1 Model first Order Construct Green Product	58
Gambar 4. 2 Model first Order Construct Green Price	59
Gambar 4. 3 Model first Order Construct Green place	60
Gambar 4. 4 Model first Order Construct Green Promotion	61
Gambar 4. 5 Model first Order Construct Environmental Knowledge.....	63
Gambar 4. 6 Model first Order Construct Purchase Intention.....	64
Gambar 4. 7 Full Model SEM.....	69
Gambar 4. 3 Fit Model SEM.....	71

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Produk Sampah dari Sektor Industri Tahun 2021	2
Tabel 1. 2 Daftar Perusahaan di Indonesia yang Menerapkan Green Marketing	3
Tabel 1. 3 Program Pembangunan Berkelanjutan IKEA	4
Tabel 1. 4 Kelebihan dan Kekurangan Informa, Ace Hardwere	4
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	30
Tabel 3. 2 Pengukuran Skala Likert	33
Tabel 3. 3 Goodness Of Fit Indices.....	35
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	47
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	48
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	49
Tabel 4. 5 Analisis Deskriptif Green Product	50
Tabel 4. 6 Analisis Deskriptif Green Price	51
Tabel 4. 7 Analisis Deskriptif Green Place	52
Tabel 4. 8 Analisis Deskriptif Green Promotion.....	53
Tabel 4. 9 Analisis Deskriptif Environmental Knowledge	54
Tabel 4. 10 Analisis Deskriptif Purchase Intention	55