



**ANALISIS *GREEN PURCHASE INTENTION* YANG DIMEDIASI
GREEN TRUST PADA PRODUK *REFILL STATION*
PT UNILEVER INDONESIA TBK**

TESIS

SITI RIZKY ISNAINI 2110121036

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM MAGISTER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2023**

Siti Rizky Isnaini
2110121036

***Analisis Green Purchase Intention Yang Dimediasi
Green Trust Pada Produk Refill Station
PT Unilever Indonesia TBK***



**Magister Manajemen
FEB UPNVJ
2023**



**ANALISIS *GREEN PURCHASE INTENTION* YANG DIMEDIASI
GREEN TRUST PADA PRODUK *REFILL STATION*
PT UNILEVER INDONESIA TBK**

TESIS

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Magister Manajemen**

SITI RIZKY ISNAINI 2110121036

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM MAGISTER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2023**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Tesis ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Siti Rizky Isnaini

NIM : 2110121036

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 1 Juli 2023

Yang Menyatakan,

A 1000 Rupiah postage stamp with a Garuda emblem and a handwritten signature over it. The stamp features the text '1000', 'REPUBLIK INDONESIA', and 'METERAL TELAPEL'. The serial number 'G2874AJX81829C955' is visible at the bottom left of the stamp.

(Siti Rizky Isnaini)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TESIS
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Siti Rizky Isnaini
NIM : 2110121036
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Magister Manajemen
Jenis Karya : Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Ekklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Tesis saya yang berjudul :

“Analisis *Green Purchase Intention* Yang Dimediasi *Green Trust* Pada Produk *Refill Station PT Unilever Indonesia Tbk*”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 1 Juli 2023

Yang Menyatakan



Siti Rizky Isnaini

TESIS

**ANALISIS GREEN PURCHASE INTENTION YANG
DIMEDIASI GREEN TRUST PADA PRODUK REFILL
STATION PT UNILEVER INDONESIA TBK**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

SITI RIZKY ISNAINI 2110121036

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 10 Juli 2023
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Dr. Miguna Astuti, S.Si, M.M., MOS, CPM
Ketua Penguji



Dr. Maria Assumpta Wilkantari, S.S., MBA, CWM
Penguji I



Dr. Prasetvo Hadi, S.E., M.M., CFMP
Penguji II



Dr. Jubaeda, S.E., M.M.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Yudi Nur Supriadi, S.Sos.I, M.M., CMA
Kepala Jurusan Manajemen

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 15 Juli 2023

***ANALYSIS OF GREEN PURCHASE INTENTION MEDIATED
BY GREEN TRUST ON REFILL STATION PRODUCTS OF PT
UNILEVER INDONESIA TBK***

By Siti Rizky Isnaini

Abstract

This study aims to demonstrate the influence of Green Perceived Value and Environmental Knowledge on Green Purchase Intention, mediated by Green Trust, regarding the products of Refill Station PT Unilever Indonesia Tbk. The study employs a quantitative method by distributing questionnaires to 151 respondents located in Jabodetabek, aged above 17 years old, and familiar with the products of Refill Station PT Unilever Indonesia Tbk. Data collection utilized purposive sampling technique and was analyzed using descriptive and inferential analysis techniques with the Partial Least Square (PLS) method, supported by SmartPLS software version 3.2. The results of the data analysis indicate that: (1) Green Perceived Value has an impact on Green Purchase Intention; (2) Environmental Knowledge has an impact on Green Purchase Intention; (3) Green Trust has an impact on Green Purchase Intention; (4) Green Perceived Value has an impact on Green Purchase Intention through Green Trust; and (5) Environmental Knowledge has an impact on Green Purchase Intention through Green Trust.

Keywords: *Refill Station, Green Perceived Value, Environmental Knowledge, Green Trust, Green Purchase Intention*

**ANALISIS *GREEN PURCHASE INTENTION* YANG DIMEDIASI
GREEN TRUST PADA PRODUK *REFILL STATION* PT
UNILEVER INDONESIA TBK**

Oleh Siti Rizky Isnaini

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan adanya pengaruh *Green Perceived Value* dan *Environmental Knowledge* terhadap *Green Purchase Intention* yang dimediasi oleh *Green Trust* pada produk *Refill Station* PT Unilever Indonesia Tbk. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada 151 responden yang berlokasi di Jabodetabek dengan usia di atas 17 tahun dan mengetahui produk *refill station* PT Unilever Indonesia Tbk. Pengambilan data menggunakan teknik *purposive sampling* dan dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif dan inferensial menggunakan metode *Partial Least Square* (PLS) dengan bantuan perangkat lunak *SmartPLS* versi 3.2. Hasil analisis data menunjukkan bahwa: (1) *Green Perceived Value* berpengaruh terhadap *Green Purchase Intention* (2) *Environmental Knowledge* berpengaruh terhadap *Green Purchase Intention* (3) *Green Trust* berpengaruh terhadap *Green Purchase Intention* (4) *Green Perceived Value* berpengaruh terhadap *Green Purchase Intention* melalui *Green Trust* (5) *Environmental Knowledge* berpengaruh terhadap *Green Purchase Intention* melalui *Green Trust*.

Kata kunci: *Refill Station, Green Perceived Value, Environmental Knowledge, Green Trust, Green Purchase Intention*



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : puskom@upnvj.ac.id

**BERITA ACARA UJIAN TESIS
SEMESTER GENAP TA. 2022/2023**

Hari ini Senin , tanggal 10 Juli 2023, telah dilaksanakan **Ujian Tesis** bagi mahasiswa :

Nama : **Siti Rizky Isnaini**

No.Pokok Mahasiswa : **2110121036**

Program : **Manajemen S.2**

Dengan judul Tesis sebagai berikut :

**ANALISIS GREEN PURCHASE INTENTION YANG DIMEDIASI GREEN TRUST PADA PRODUK
REFILL STATION PT UNILEVER INDONESIA TBK**

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus* *)

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Miguna Astuti, S.Si, MM.,CPM	Ketua	1.
2	Dr. Maria Assumpta Wikantari, S.S, MBA, CWM	Anggota I	2.
3	Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M., CFMP	Anggota II **)	3.

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 10 Juli 2023

Mengesahkan

A.n. DEKAN

Kaprodi. Manajemen S.2

Dr. Yudi Nur Supriadi, S.Sos.I,
M.M.

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan memberikan sumbangsih pemikiran bagi lingkungan sekitar serta memberikan kontribusi di dunia pendidikan untuk membangun bangsa. Penelitian ini mengambil judul **“Analisis *Green Purchase Intention* Yang Dimediasi *Green Trust* Pada Produk *Refill Station* PT Unilever Indonesia Tbk”**. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada Bapak Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M., CFMP selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Dr. Alfatih S. Manggabarani, S.E., M.Si., CiMP selaku Dosen Pembimbing II serta Ibu Dr. Miguna Astuti, S.Si., M.M., MOS, CPM selaku Ketua Penguji dan Ibu Dr. Maria Astuti Wikantari, S.S., MBA, CWM selaku Penguji I yang telah banyak memberikan arahan dan saran-saran yang sangat bermanfaat untuk kegiatan penelitian ini. Di samping itu, penulis juga menyampaikan terima kasih kepada teman-teman Magister Manajemen UPNVJ Angkatan 2021 yang saling membantu selama mengerjakan penelitian ini, serta para responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian ini.

Karya ilmiah ini penulis dedikasikan untuk perusahaan dan industri *consumer goods*, dengan harapan dapat menjadi sebuah kontribusi penulis dalam mendukung dan mengembangkan bisnis dan industri yang lebih ramah lingkungan. Akhirnya, tak cukup untaian kata terima kasih penulis sampaikan kepada ibunda Ratna Suryani, Sandi Suwardi, Ingrid Melanika, Muavivin Abroriyah, dan Lulu Salsabila. Semoga karya ilmiah ini dapat memberikan manfaat.

Jakarta, 10 Juli 2023
Siti Rizky Isnaini

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	I
HALAMAN JUDUL	III
PERNYATAAN ORISINALITAS	IV
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	V
PENGESAHAN.....	VI
ABSTRACT.....	VII
ABSTRAK.....	VIII
BERITA ACARA UJIAN TESIS	IX
PRAKATA	X
DAFTAR ISI.....	XI
DAFTAR TABEL	XIV
DAFTAR GAMBAR.....	XV
DAFTAR LAMPIRAN	XVI
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang Masalah.....	1
I.2 Rumusan masalah	10
I.3 Maksud dan Tujuan.....	10
I.4 Manfaat Hasil Penelitian	11
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	11
II.1 Landasan Teori	11
II.1.1 Manajemen Pemasaran.....	11
II.1.2 <i>Green Marketing</i>	12
II.1.3 Perilaku Konsumen.....	12
II.1.4 <i>Green Purchase Intention</i>	13
II.1.5 <i>Green Trust</i>	14
II.1.6 <i>Green Perceived Value</i>	16
II.1.7 <i>Environmental Knowledge</i>	18
II.2 Penelitian yang Relevan	19
II.3 Kerangka Pemikiran.....	27
II.3.1 Pengaruh <i>Green Perceived Value</i> Terhadap <i>Green Purchase Intention</i>	28
II.3.2 Pengaruh <i>Environmental Knowledge</i> Terhadap <i>Green Purchase</i>	28

	<i>Intention</i>	28
II.3.3	Pengaruh <i>Green Trust</i> Terhadap <i>Green Purchase Intention</i>	29
II.3.4	Pengaruh <i>Green Perceived Value</i> Terhadap <i>Green Purchase Intention</i> melalui <i>green trust</i>	30
II.3.5	Pengaruh <i>Environmental Knowledge</i> Terhadap <i>Green Purchase Intention</i> Melalui <i>Green Trust</i>	30
II.4	Hipotesis.....	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		32
III.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	32
III.1.1	Definisi Operasional	32
III.2	Metode Penentuan Populasi dan Sampel	33
III.2.1	Populasi	33
III.2.2	Sampel.....	33
III.3	Teknik Pengumpulan Data	34
III.3.1	Jenis Data	34
III.3.2	Sumber Data	34
III.3.3	Pengumpulan Data	35
III.4	Teknik Analisis Data	37
III.4.1	Analisis Deskriptif.....	38
III.4.2	Analisis Inferensial Dengan <i>Partial Least Square</i>	38
III.5	Uji Mediasi <i>Variance Accounted For (VAF)</i>	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		48
IV.1	Deskripsi Objek Penelitian	48
IV.2	Deskripsi Data Penelitian	49
IV.2.1	Deskripsi Data Responden.....	50
IV.3	Analisis Hasil Uji.....	53
IV.3.1	Analisis Deskriptif	53
IV.3.1.1	Analisis Deskriptif Variabel <i>Green Perceived Value</i>	53
IV.3.1.2	Analisis Deskriptif Variabel <i>Environmental Knowledge</i>	53
IV.3.1.3	Analisis Deskriptif Variabel <i>Green Trust</i>	55
IV.3.1.4	Analisis Deskriptif Variabel <i>Green Purchase Intention</i>	56
IV.3.2	Analisis Inferensial	57
IV.3.2.1	Evaluasi <i>Outer Model</i> (Model Pengukuran).....	57
IV.3.2.2	Uji Validitas.....	57

IV.3.2.3	Uji Validitas Konvergen.....	57
IV.3.2.4	Uji Validitas Diskriminan	60
IV.3.2.5	Uji Reliabilitas	62
IV.3.2.6	Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	63
IV.4	Uji Hipotesis	66
IV.5	Uji Mediasi	68
IV.6	Pembahasan	69
IV.6.1	Pengaruh <i>Green Perceived Value</i> Terhadap <i>Green Purchase Intention</i>	69
IV.6.2	Pengaruh <i>Environmental Knowledge</i> Terhadap <i>Green Purchase Intention</i>	71
IV.6.3	Pengaruh <i>Green Trust</i> Terhadap <i>Green Purchase Intention</i>	73
IV.6.4	Pengaruh <i>Green Perceived Value</i> Terhadap <i>Green Purchase Intention</i> Melalui <i>Green Trust</i>	75
IV.6.5	Pengaruh <i>Environmental Knowledge</i> Terhadap <i>Green Purchase Intention</i> Melalui <i>Green Trust</i>	77
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	79
V.1	Simpulan.....	79
V.2	Keterbatasan Penelitian	80
V.3	Saran.....	80
	DAFTAR PUSTAKA	82
	RIWAYAT HIDUP	87
	LAMPIRAN	89

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	25
Tabel 2. Operasionalisasi Pengukuran Variabel.....	33
Tabel 3. <i>Skala Likert</i>	36
Tabel 4. Kisi-Kisi Instrumen	36
Tabel 5. Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha	44
Tabel 6. Reponden Berdasarkan Wilayah Domisili	50
Tabel 7. Responden Berdasarkan Usia	50
Tabel 8. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Tabel 9. Responden Berdasarkan Pendidikan	51
Tabel 10. Responden Berdasarkan Pendapatan.....	52
Tabel 11. Nilai Mean, Minimum, Maksimum, Standar Deviasi <i>Green Perceived Value</i>	53
Tabel 12. Nilai Mean, Minimum, Maksimum, Standar Deviasi <i>Environmental Knowledge</i>	54
Tabel 13. Nilai Mean, Minimum, Maksimum, Standar Deviasi <i>Green Trust</i>	55
Tabel 14. Nilai Mean, Minimum, Maksimum, Standar Deviasi <i>Green Purchase Intention</i>	56
Tabel 15. <i>Convergent Validity</i> Berdasarkan <i>Outer Loading</i>	58
Tabel 16. Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	59
Tabel 17. Nilai <i>Variance Inflation Factor (VIF)</i>	60
Tabel 18. Nilai <i>Cross Loading</i>	60
Tabel 19. <i>Fornell-Larcker Critetion</i>	61
Tabel 20. Nilai <i>Composite Reliability</i>	62
Tabel 21. <i>Cronbach's Alpha</i>	63
Tabel 22. Hasil <i>Path Analysis</i>	63
Tabel 23. Nilai <i>R Square</i>	64
Tabel 24. Nilai <i>Q Square</i>	65
Tabel 25. Nilai <i>Goodness of Fit</i>	66
Tabel 26. Hasil Uji Hipotesis	66
Tabel 27. Nilai <i>Variance Accounted For (VAF)</i>	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Alasan Membeli Produk Ramah Lingkungan	5
Gambar 2. <i>Refill Station</i> di Saruga Package-free Shopping Store Bintaro	7
Gambar 3. <i>Refill Station</i> Kolaborasi Unilever Indonesia dengan QYOS di Pasar Modern BSD.....	8
Gambar 4. Unggahan Sosial Media Instagram QYOS Menutup Sementara Layanan <i>Refill Station</i>	9
Gambar 5. Kerangka Pemikiran Penelitian	31
Gambar 6. Tahapan Analisis <i>Partial Least Square</i>	38
Gambar 7. <i>Inner Model</i> Penelitian.....	39
Gambar 8. <i>Outer Model</i> Penelitian.....	40
Gambar 9. Diagram Jalur Penelitian.....	41
Gambar 10. Nilai <i>Loading Factor</i>	58
Gambar 11. Informasi <i>Refill Station</i> disorot dalam profil Instagram @sarugaindonesia.....	71
Gambar 12. Program #GenerasiPilahPlastik yang diluncurkan oleh Unilever Indonesia	73
Gambar 13. Laporan Keberlanjutan Unilever Indonesia	76
Gambar 14. Kegiatan Edukasi yang dilakukan Unilever Indonesia	78

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	89
Lampiran 2. Pernyataan Kuesioner.....	91
Lampiran 3. Data Kuesioner	93
Lampiran 4. Deskripsi Data Responden	107
Lampiran 5. Model Pengukuran (Outer Loading)	109
Lampiran 6. Hasil Output SmartPLS	110