



**STUDY OF ECO CITY: ANALISIS GREEN CONSUMPTION
INTENTION MELALUI GREEN BRAND IMAGE
PADA MOBIL LISTRIK**

TESIS

LYDIA FADILLA 2210121007

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM MAGISTER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2024**



**STUDY OF ECO CITY: ANALISIS GREEN CONSUMPTION
INTENTION MELALUI GREEN BRAND IMAGE
PADA MOBIL LISTRIK**

TESIS

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

LYDIA FADILLA 2210121007

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM MAGISTER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2024**

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Lydia Fadilla

NIM : 2210121007

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

Jakarta, 15 Januari 2024

Yang Menyatakan



Lydia Fadilla

PERNYA TAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Lydia Fadilla
NIM : 2210121007
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S2 Manajemen
Jenis Karya : Tesis

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

STUDY OF ECO CITY: ANALISIS GREEN CONSUMPTION INTENTION MELALUI GREEN BRAND IMAGE PADA MOBIL LISTRIK

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengasah media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasi 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 Selatan
Pada tanggal : 15 Januari 2024
Yang Menyatakan,



Lydia Fadilla

**Study Of Eco City: Analisis Green Consumption
Intention Melalui Green Brand Image
Pada Mobil Listrik**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

Lydia Fadilla 2210121007

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 15 Januari 2024
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**

Dr. Maria Assumpta W. SS, MBA, CW
Ketua Penguji

Dr. Alfatih S Manggabarani, SE., M.Si
Penguji I (Pembimbing 1)

Dr. Yudi Nur Supriadi, S.Sos.I., MM
Penguji II (Pembimbing 2)

Dr. Jubaedah, SE., M.M.
Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis

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

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 15 Januari 2024

***Study Of Eco City: Green Consumption Analysis
Intention Through Green Brand Image
On Electric Cars***

By Lydia Fadilla

Abstract

This research analyzes the influence of Green Marketing Strategy and Green Brand Image on Green Purchase Intention at PT. Hyundai Kreasi Indonesia after the COVID-19 pandemic. The sample in this study was 400 respondents who were consumers of Hyundai electric cars in the Jakarta area. The analytical method used in this research was Structural Equation Modeling (SEM) with the SmartPLS test tool to test and confirm the relationship between the variables studied. Research findings show that Green Brand Image has a significant influence on the tendency to buy Hyundai products. This confirms that an environmentally friendly brand image is an important factor in influencing consumer purchasing decisions. This research also found that Green Marketing Strategy has an indirect influence on Green Purchase Intention through Green Brand Image. This suggests that superior service quality not only influences purchasing tendencies directly but also enhances the environmentally friendly brand image, which in turn influences purchasing decisions.

Keywords: Green Marketing Strategy, Green Brand Image, Green Purchase Intention

**Study Of Eco City: Analisis Green Consumption
Intention Melalui Green Brand Image
Pada Mobil Listrik**

Oleh Lydia Fadilla

Abstrak

Penelitian ini menganalisis pengaruh Strategi Green Marketing dan Green Brand Image terhadap Green Purchase Intention pada PT. Hyundai Kreasi Indonesia setelah pandemi COVID-19. Sampel pada penelitian ini adalah sebanyak 400 responden yang merupakan konsumen Mobil listrik Hyundai di wilayah Jakarta. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Structural Equation Modeling (SEM) dengan alat uji SmartPLS untuk menguji dan mengonfirmasi hubungan antara variabel yang diteliti. Temuan penelitian menunjukkan bahwa Green Brand Image memiliki pengaruh signifikan terhadap kecenderungan untuk membeli produk Hyundai. Ini menegaskan bahwa citra merek yang ramah lingkungan menjadi faktor penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini juga menemukan bahwa Strategi Green Marketing memiliki pengaruh tidak langsung terhadap Green Purchase Intention melalui pencitraan Green Brand Image. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan yang unggul tidak hanya mempengaruhi kecenderungan pembelian secara langsung tetapi juga meningkatkan citra merek yang ramah lingkungan, yang pada gilirannya memengaruhi keputusan pembelian.

Kata kunci: Strategi Green Marketing, Green Brand Image, 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 GANJIL TA. 2023/2024**

Hari ini Senin , tanggal 15 Januari 2024, telah dilaksanakan Ujian Tesis bagi mahasiswa :

Nama : Lydia Fadilla

No.Pokok Mahasiswa : 2210121007

Program : Manajemen S.2

Dengan judul Tesis sebagai berikut :

Study Of Eco City: Analisis Green Consumption Intention Melalui Green Brand Image Pada Mobil Listrik
Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus* *)

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Maria Assumpta Wikantari, S.S, MBA, CWM	Ketua	1.
2	Dr. Alfatih S. Manggabarani, SE, M.Si	Anggota I	2.
3	Dr. Yudi Nur Supriadi, S.Sos.I, M.M.	Anggota II (**)	3.

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

***) Dosen Pembimbing

Jakarta, 15 Januari 2024

Mengesahkan

A.n. DEKAN

Kaprodi. Manajemen S.2

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

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan terhadap Allah Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan usulan penelitian dengan judul “Study Of Eco City: Analisis Green Consumption Intention Melalui Green Brand Image Pada Mobil Listrik” dengan sebaik-baiknya. Selama proses penulisan usulan penelitian ini, penulis mendapatkan berbagai dukungan, bantuan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin berterima kasih kepada berbagai pihak, yaitu:

1. Allah Subhanahu Wa Ta’Ala atas seluruh Rahmat dan pertolongan-Nya.
2. Ibu Dr. Jubaedah, SE., MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN Veteran Jakarta
3. Bapak Dr. Yudi Nur Supriadi, Sos.I, MM. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN Veteran Jakarta
4. Ibu Dr. Alfatih Sikki Manggabarani, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah senantiasa memberikan bimbingan, masukan, dukungan, dan arahan bagi penulis selama penulisan usulan penelitian ini.

Usulan penelitian ini masih belum sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari para pembaca sekalian. Penulis pun berharap agar usulan penelitian ini dapat bermanfaat bagi penulis dan para pembaca.

Jakarta, 15 Januari 2024

Lydia Fadilla

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SAMPUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
PENGESAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA UJIAN TESIS	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Hasil Penelitian.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Landasan Teori.....	15
2.1.1 Green Marketing.....	15
2.1.2 Green Prurchase Intention.....	17
2.1.3 Green Brand Image.....	23
2.1.4 Strategi Green Marketing.....	27
2.1.5 Green Supply Chain	30
2.2 Penelitian Yang Relevan.....	32
2.3 Model Penelitian Empirik	44
2.3.1 Strategic Green Marketing terhadap Green Purchase Intention.....	45
2.3.2 Green Supply Chain terhadap Green Purchase Intenti	45

2.3.3	Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Dan Keputusan Pembelian	46
2.3.4	Strategic Green Marketing terhadap Green Purchase Intention Melalui Green Brand Image	46
2.3.5	Green Supply Chain Terhadap Green Purchase Intention Melalui Green Brand Image	47
2.4	Hipotesis	47
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		49
3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	49
3.2	Metode Penentuan Populasi dan Sampel	50
3.2.1	Populasi	50
3.2.2	Sampel	51
3.3	Teknik Pengumpulan Data	52
3.3.1	Jenis Data	52
3.3.2	Sumber Data	52
3.3.3	Pengumpulan Data	52
3.4	Teknik Analisis Data	54
3.4.1	Analisis Deskriptif	54
3.4.2	Analisis Inferensial	54
3.4.3	Uji Validitas	56
3.4.4	Uji Reliabilitas	56
3.4.5	Uji Hipotesis	57
3.4.6	Uji <i>R-Square</i> (Koefisien Determinasi)	59
3.4.7	Uji <i>Q-Square</i>	59
3.5	Uji Mediasi <i>Variance Accounted For</i> (VAF)	60
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		61
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	61
4.2	Deskripsi Data Penelitian	63
4.2.1	Deskripsi Data Responden	63
4.3	Analisis Hasil dan Uji Hipotesis	65
4.3.1	Analisis Deskriptif	66
4.3.1.1	Analisis Deskriptif Variabel Green Purchase Intention	67
4.3.1.2	Analisis Deskriptif Variabel Green Brand Image	69

4.3.1.3	Analisis Deskriptif Variabel Strategi Green Marketing	70
4.3.1.4	Analisis Deskriptif Variabel Green Suply Chain	71
4.3.2	Analisis Inferensial	72
4.3.2.1	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	73
4.3.2.2	Uji Validitas	75
4.3.2.3	Uji Validitas Konvergen	75
4.3.2.4	Uji Validitas Diskriminan	76
4.3.2.5	Uji Reliabilitas.....	77
4.3.2.6	Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	79
4.3.3	Uji Mediasi.....	82
4.4	Uji Hipotesis.....	83
4.5	Pembahasan.....	85
BAB V	PENUTUP.....	90
5.1	Kesimpulan	90
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	90
5.3	Saran	90
	DAFTAR PUSTAKA.....	92
	LAMPIRAN.....	96
	RIWAYAT HIDUP.....	101

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jenis Penelitian Terkait	40
Tabel 2. Operasionalisasi Pengukuran Variabel	50
Tabel 3. Skala Likert	53
Tabel 4. Kisi Kisi Instrumen.....	53
Tabel 5. Hasil Perhitungan Responden Menurut Usia	63
Tabel 6. Hasil Perhitungan Responden Menurut Jenis Pekerjaan	64
Tabel 7. Hasil Perhitungan Responden Menurut Domisili Pelanggan	65
Tabel 8. Interval Kelas.....	66
Tabel 9. Analisis Deskriptif Green Purchase Intention (GPI).....	66
Tabel 10. Analisis Deskriptif Green Brand Image (GPI)	68
Tabel 11. Analisis Deskriptif Strategi Green Marketing (SGM)	69
Tabel 12. Analisis Deskriptif Green Suply Chain (GSC)	71
Tabel 13. Outer Loading.....	76
Tabel 14. AVE.....	77
Tabel 15. Cross Loading	77
Tabel 16. Composite Reliability.....	78
Tabel 17. Cronbach Alpha.....	79
Tabel 18. R Square.....	80
Tabel 19. Nilai SRMR, d_ ULS, d G	82
Tabel 20. Hasil Uji Variance Accounted For (VAF).....	83
Tabel 21. Uji T	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Grafik Penjualan Wholesale Mobil Listrik BEV	3
Gambar 2. Produksi Mobil Listrik dan Hybrid Indonesia Berdasarkan Merek Januari-Mei 2023	4
Gambar 3. Data Alasan Konsumen Membeli Mobil Listrik	10
Gambar 4. Model Penelitian.....	47
Gambar 5. Langkah-langkah PLS	55
Gambar 6. Outer Model Awal.....	74
Gambar 7. Outer Model Sesudah Re-Estimasi.....	75
Gambar 8. Outer Loading	84

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	97
--	----