



**PENGARUH *GREEN MARKETING*, *HALAL AWARENESS*,
DAN SDGs TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MAKANAN HALAL PT INDOFOOD DI JABODETABEK**

SKRIPSI

MUHAMMAD RANDHIKA PRIYATNA 2110116069

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA**

2025



**PENGARUH *GREEN MARKETING*, *HALAL AWARENESS*,
DAN SDGs TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MAKANAN HALAL PT INDOFOOD DI JABODETABEK**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi**

MUHAMMAD RANDHIKA PRIYATNA 2110116069

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA**

2025

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Muhammad Randhika Priyatna

NIM : 2110116069

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

Jakarta, 07 Januari 2025

Yang menyatakan,



(Muhammad Randhika Priyatna)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Muhammad Randhika Priyatna
NIM : 2110116069
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Progran Studi : S1 Ekonomi Syariah
Jenis Karya : Skripsi

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

**Pengaruh *Green Marketing*, *Halal Awareness*, dan SDGs Terhadap Keputusan
Pembelian Makanan Halal PT Indofood di Jabodetabek**

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 Skripsi 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 : 07 Januari 2025

Yang Menyatakan,



(Muhamad Randhika Priyatna)

SKRIPSI

PENGARUH *GREEN MARKETING*, *HALAL AWARENESS*,
DAN SDGS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MAKANAN HALAL PT INDOFOOD DI JABODETABEK

Dipersiapkan dan disusun oleh:

MUHAMMAD RANDHIKA PRIYATNA 2110116069

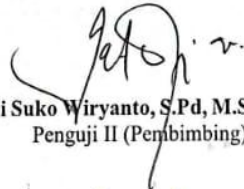
Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 07 Januari 2025
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Faizi, S.E.I, M.Si, Ph.D.
Ketua Penguji



Tati Handayani, S.E, M.M.
Penguji I



Fadhli Suko Wiryanto, S.Pd, M.Si, CDIF
Penguji II (Pembimbing)



DEKAN Dr. Subaedah, S.E, M.M.
Dekan



Ade Nur Rohim, S.H.I, M.E.I, CDIF
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 14 Januari 2025

Influence of Green Marketing, Halal Awareness, and SDGs on Purchase Decision of PT Indofood Halal Food in Jabodetabek

By Muhammad Randhika Priyatna

Abstract

PT Indofood Sukses Makmur Tbk is a leading food and beverage company in Indonesia. Over the past five years, Indofood's sales growth has been driven by flagship products such as Indomie and snacks. However, consumer purchasing decisions influenced by the popularity and innovation of Indofood's products have also contributed to the increasing amount of single-use plastic waste. This raises environmental concerns, particularly regarding plastic pollution that negatively impacts ecosystems. This study aims to examine the influence of green marketing, halal awareness, and the Sustainable Development Goals (SDGs) on purchasing decisions for halal food products of PT Indofood in the Greater Jakarta area (Jabodetabek). The research employs a quantitative approach by distributing questionnaires to respondents and analyzing the data using SEM-PLS, focusing on evaluating the outer and inner models. The findings reveal that green marketing, halal awareness, and SDGs significantly influence and enhance purchasing decisions for halal food products in Jabodetabek. This study is expected to provide insights for practitioners to pay more attention to the environmental impact of production activities, for regulators to formulate policies supporting the development of the halal food industry that aligns with SDG principles, and for academics as a reference for further research on this topic.

Keywords: *green marketing, halal awareness, halal food, SDGs*

Pengaruh *Green Marketing*, *Halal Awareness*, dan SDGs Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Halal PT Indofood di Jabodetabek

Oleh Muhammad Randhika Priyatna

Abstrak

PT Indofood Sukses Makmur Tbk sebagai salah satu perusahaan terkemuka di Indonesia yang bergerak di sektor makanan dan minuman. Dalam lima tahun terakhir, pertumbuhan penjualan Indofood didorong oleh produk-produk unggulan seperti Indomie dan makanan ringan. Namun, keputusan pembelian konsumen yang dipengaruhi oleh popularitas dan inovasi produk Indofood turut berkontribusi terhadap meningkatnya jumlah sampah plastik sekali pakai yang dihasilkan. Hal ini menimbulkan potensi masalah lingkungan, khususnya terkait pencemaran plastik yang dapat berdampak negatif pada ekosistem. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bahwa variabel *green marketing*, *halal awareness*, SDGs berpengaruh terhadap keputusan pembelian makanan halal PT Indofood di Jabodetabek. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui penyebaran kuesioner kepada responden serta dianalisis menggunakan SEM-PLS dengan pengujian data melihat *outer model*, dan *inner model*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *green marketing*, *halal awareness*, dan SDGs berpengaruh serta mampu meningkatkan keputusan pembelian masyarakat Jabodetabek terhadap produk makanan halal PT Indofood. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi praktisi untuk lebih memperhatikan dampak lingkungan yang dihasilkan dari aktivitas produksi, bagi regulator untuk merumuskan kebijakan untuk mendukung pengembangan industri makanan halal yang menerapkan prinsip SDGs hingga bagi akademisi yang akan menggunakan topik ini untuk menjadi sumber referensi.

Kata Kunci: *green marketing*, *halal awareness*, makanan halal, SDGs.



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 SKRIPSI SEMESTER GANJIL TA. 2024/2025

Hari ini Selasa, tanggal 07 Januari 2025, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : **Muhammad Randhika Priyatna**

No.Pokok Mahasiswa : **2110116069**

Program : **Ekonomi Syariah S.1**

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

PENGARUH GREEN MARKETING, HALAL AWARENESS, DAN SDGs TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN HALAL PT INDOFOOD DI JABODETABEK

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / ~~Fidak-Lulus~~ **)

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Faizi, SE.I., M.Si.,Ph.D	Ketua	1.
2	Tati Handayani, SE, MM	Anggota I	2.
3	Fadhli Suko Wiryanto, S.Pd.,M.Si.,CDIF	Anggota II **)	3.

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 07 Januari 2025
Mengesahkan
A.n. DEKAN
Kaprodj. Ekonomi Syariah S.1

Ade Nur Rohibi, M.E.I.,CDIF.

PRAKATA

Dengan penuh rasa syukur, penulis panjatkan puji dan syukur ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, nikmat, dan hidayah-Nya yang senantiasa menyertai, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik yang berjudul **“Pengaruh *Green Marketing*, *Halal Awareness*, dan *SDGs* terhadap Keputusan Pembelian Makanan Halal PT Indofood di Jabodetabek”**. Sebagai bentuk apresiasi, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Dr. Jubaedah, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPNVJ, Ibu Indri Arrafi Juliannisa, SE, ME, selaku Ketua Jurusan Program Studi Ekonomi Syariah, dan Bapak Ade Nur Rohim, S.H.I, M.E.I, CDIF selaku Kepala Program Studi Ekonomi Syariah UPNVJ. Penulis turut menyampaikan rasa syukur dan terima kasih kepada Bapak Fadhli Suko Wiryanto, S.Pd., M.Si., CDIF selaku dosen pembimbing yang telah mengarahkan, membimbing, dan memberikan masukan serta saran kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Penulis turut mengucapkan terima kasih kepada Alm Bapak Pele Priyatna dan Ibu Amsiah selaku kedua orang tua tercinta serta Sdri. Namira Rizkia dan Syafilla selaku adik dari penulis yang selalu mendukung dan mendoakan penulis untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan penuh semangat. Tidak lupa penulis ucapkan Terima kasih kepada Sdr. Rizki Alam, Ibrahim, Muhammad Naufal, Fauzii, Akmal Rofi, Miqdad, Raditya, Sdri. Sabina Umayka, Kayla, Zata, Widya, Afifah Aleyda, Sofhie Viola, Faiza dan kepada teman-teman seangkatan penulis serta teman SMA penulis Mahmud, Dea, Zaki, Satryo, Hanif yang selalu memberikan semangat, ide, serta masukan, baik dalam menghadapi tantangan maupun menikmati momen kebahagiaan selama menyelesaikan skripsi ini.

Penulis berharap karya ilmiah ini dapat memberikan manfaat bagi setiap pembaca yang mempelajarinya.

Jakarta, 16 Desember 2024

Muhammad Randhika Priyatna

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK	vi
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	vii
PRAKATA	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	2
1.1 Latar Belakang	2
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Manfaat Hasil Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	11
2.1.2 <i>Green marketing</i>	16
2.1.3 <i>Halal awareness</i>	19
2.1.4 SDGs	22
2.1.5 Makanan Halal	24
2.1.6 Produk Halal Indofood.....	26
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	28
2.3. Model Penelitian	40
2.4. Hipotesis.....	40
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	41

3.1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	41
3.1.1. Definisi Operasional.....	41
3.1.2. Pengukuran Vairabel.....	42
3.2. Populasi dan Sampel	44
3.2.1 Populasi.....	44
3.2.2 Sampel.....	45
3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.3.1 Jenis Data	46
3.3.2 Sumber Data.....	46
3.3.3 Pengumpulan Data	47
3.4. Teknik Analisa Data.....	47
3.4.1 Analisis Statistik Deskriptif	47
3.4.2 Outer Model	49
3.4.3 Inner Model.....	50
3.4.4 Uji Hipotesis	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	52
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	52
4.2 Deskripsi Data Penelitian.....	52
4.2.1 Deskripsi Data Responden	52
4.3 Uji Hipotesis dan Analisis.....	56
4.3.1 Analisis Data Deskriptif.....	56
4.3.2 Outer Model	62
4.3.3 Inner Model.....	66
4.3.4 Uji Hipotesis	67
4.4 Pembahasan.....	68
4.4.1 Pengaruh <i>Green Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	68
4.4.2 Pengaruh <i>Halal Awareness</i> Terhadap Keputusan Pembelian	70
4.4.3 Pengaruh <i>SDGs</i> Terhadap Keputusan Pembelian	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	73
5.1 Kesimpulan	73
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	73
5.3 Saran.....	74

DAFTAR PUSTAKA	76
RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Matriks Penelitian Sebelumnya Penelitian Terkait dengan Keputusan Pembelian.....	37
Tabel 2. Skala Likert	43
Tabel 3. Pengukuran Variabel.....	43
Tabel 4. Keterangan pada Nilai Responden.....	48
Tabel 5. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Tabel 6. Karakteristik Berdasarkan Jenis Usia	53
Tabel 7. Karakteristik Berdasarkan Domisili.....	53
Tabel 8. Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir	54
Tabel 9. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	54
Tabel 10. Karakteristik Berdasarkan Pendapatan per Bulan.....	55
Tabel 11. Karakteristik Berdasarkan Produk Indomie yang sudah pernah dibeli..	55
Tabel 12. Karakteristik Berdasarkan Produk Chitato yang sudah pernah dibeli ...	56
Tabel 13. Keterangan pada Nilai Responden.....	57
Tabel 14. Outer Loading	62
Tabel 15. Uji Reliabilitas	65
Tabel 16. R-Square.....	66
Tabel 17. Uji T-Statistik.....	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Net Sales Indofood 2019-2023 (Dalam Triliun Rupiah).....	2
Gambar 2. Timbulan Sampah Plastik di Indonesia (2020-2025F).....	4
Gambar 3. Perusahaan FMCG Indonesia Penghasil Sampah Plastik Terbanyak (2022)	5
Gambar 4. Prinsip universality SDGs (5P)	23
Gambar 5. Model Penelitian Empiris Menggunakan Data Primer	40
Gambar 6. Jawaban Responden Terhadap Keputusan Pembelian	57
Gambar 7. Jawaban Responden Terhadap Green Marketing.....	58
Gambar 8. Jawaban Responden Terhadap Halal Awareness	60
Gambar 9. Jawaban Responden Terhadap SDGs.....	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Lembar Persetujuan Mengikuti Sidang Skripsi

Lampiran 2. Kartu Monitoring Bimbingan

Lampiran 3. Kuesioner Penelitian

Lampiran 4. Data Kuesioner 100 Responden

Lampiran 5. Hasil Deskripsi Data Responden

Lampiran 6. Hasil Analisis Deskriptif

Lampiran 7. Output Outer Model PLS

Lampiran 8. Hasil Output Model PLS