

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI *GREEN PURCHASE INTENTION* DENGAN MODERASI *GREEN BRAND KNOWLEDGE*

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Manajemen (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun Oleh:

Bernadette Carla Gita Apriani

NPM : 200325847

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2024

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI *GREEN*
PURCHASE INTENTION DENGAN MODERASI *GREEN*
*BRAND KNOWLEDGE***



Disusun Oleh:

Bernadette Carla Gita Apriani

NPM : 200325847

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing,



Vonezyo Yupanzana Dharomesz., S.E., M.B.A.

15 Agustus 2024

SKRIPSI

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI *GREEN PURCHASE INTENTION* DENGAN MODERASI *GREEN BRAND KNOWLEDGE*

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Bernadette Carla Gita Apriani

NPM: 200325847

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji

Pada tanggal 13 September 2024

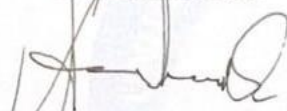
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1)

Program Studi Manajemen

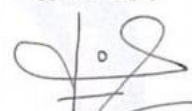
SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji



Parnawa Putranta, MBA., Ph. D.

Anggota Penguji



Api Adyantari, S.A., M.B.A.



Vonezyo Yupanzara Dharomesz, S.E., M.B.A.

Yogyakarta, 25 September 2024

Dosen Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Wenefrida Mahestu N. Krisjanti, M.Sc.IB, Ph.D.

DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus karena telah memberikan berkat, rahmat, dan penyertaan-Nya selama penulis menyelesaikan skripsi dengan judul “Faktor-Faktor yang Memengaruhi *Green Purchase Intention* Dengan Moderasi *Green Brand Knowledge*” sehingga dapat diselesaikan dengan baik sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S1) dari Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti hendak berterima kasih kepada pihak yang telah memberi bantuan, dukungan, bimbingan, serta doa yang membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Oleh sebab itu, penulis hendak mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus atas kurnia-Nya telah menyertai selama penyusunan skripsi dari awal hingga akhir. Atas kasih kasih sayang-Nya saya diberikan kekuatan, kemampuan, kesabaran, dan ketekunan dalam proses penulisan skripsi sehingga dapat diselesaikan dengan baik.
2. Bapak Albertus Bambang Setyantoko dan Ibu Liduina Rini Widyantari selaku orang tua dari penulis yang selalu memberikan cinta kasih, dukungan, dan doa selama proses penyusunan skripsi ini. Saya berterima kasih atas segala nasihat, dukungan, dan doa yang diberikan kepada saya melalui tulisan maupun lisan yang mampu menguatkan saya untuk terus fokus, berusaha dan berdoa selama penyusunan skripsi. Terima kasih juga karena dukungannya selama proses penyusunan skripsi ini, penulis menjadi semakin menyadari bahwa peneliti masih memiliki alasan untuk berjuang dan bertahan hingga akhir.
3. Bapak Vonezyo Yupanzara Dharomesz, S.E., M.B.A., selaku dosen pembimbing skripsi, atas bimbingan, kritik, saran, arahan, dukungan, serta waktu yang telah diberikan kepada saya selama proses penyusunan skripsi sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi dengan maksimal.
4. Elisabeth Tyana Gita Cahyani selaku kakak kandung dari penulis yang sudah bersedia menjadi tempat berkeluh kesah meskipun memiliki kesibukan yang lain. Saya mengucapkan terima kasih atas nasihat, dukungan, dan saran yang telah diberikan selama penulis menyelesaikan skripsi ini.
5. Moses, Dita, Gatha, dan Mba Alin selaku sepupu dari penulis yang berada di kota yang sama dengan penulis, Yogyakarta, atas kunjungan, teks pesan, panggilan seluler yang ditujukan kepada penulis untuk memberi semangat, hiburan dan *checking up* selama penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh anggota keluarga besar Dj's, bude, pakde, om, tante, kakak, dan adik yang selalu mendukung dan memberi semangat kepada penulis dalam perjalanan akademis khususnya selama proses penyusunan skripsi ini.
7. Bunga, Olga, Melania, dan Haniifah selaku teman penulis sejak di bangku SMP dan SMA yang selalu berhubungan dengan penulis melalui media sosial.

Terima kasih atas waktu yang diluangkan untuk berbagi cerita sehingga penulis dapat terhibur selama di dunia perkuliahan khususnya selama penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas bantuan serta dukungan yang selalu diberikan untuk penulis.

8. Satu yang berperan bagi penulis selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih telah menjadi pendengar yang baik bagi penulis, teman diskusi dan waktu yang diluangkan untuk menemani penulis selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih juga karena selalu memberi semangat serta meyakinkan kemampuan penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
9. Teman-teman seperjuangan penulis sejak semester satu, Tiara, Ana, Regar, dan Geshica yang selalu bersedia untuk membantu dan memberikan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Darren, Asido, dan Kris selaku teman berdiskusi penulis, yang bersedia untuk menjawab pertanyaan dari penulis, memberi semangat, dukungan, dan informasi yang dibutuhkan penulis selama proses penyusunan skripsi.
11. PIPH HMPSM 2022/2023 yang selalu kompak dan menghadapi permasalahan dengan senyum tawa, terima kasih telah memberi dukungan serta bantuan dari awal berdinamika menjadi pengurus himpunan hingga proses menyelesaikan skripsi ini kepada penulis.
12. Kepada diri saya sendiri, Bernadette Carla Gita Apriani, yang sudah mampu bertahan melewati segala *ups and down* yang terjadi selama proses penyusunan skripsi ini sehingga mampu menyelesaikan skripsi dengan usaha terbaik.
13. Kepada seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu dalam melancarkan proses penulisan skripsi ini.

Peneliti menyadari masih terdapat kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Oleh sebab itu, apabila terdapat kritik dan saran yang hendak disampaikan, peneliti akan menerima dengan rendah hati sebagai bekal untuk masa depan. Akhir kata, peneliti berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak.

Penulis,

Bernadette Carla Gita Apriani

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI *GREEN PURCHASE INTENTION* DENGAN MODERASI *GREEN BRAND KNOWLEDGE*

Disusun Oleh:

Bernadette Carla Gita Apriani

200325847

Pembimbing

Vonezyo Yupanzara Dharomesz, S.E., M.B.A.

Abstrak

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji adanya pengaruh *green brand positioning*, *attitude toward green brand*, *environmental concern* terhadap *green purchase intention* dengan bantuan variabel moderasi *green brand knowledge* pada *skincare* NPure. Untuk mencapai tujuan dari penelitian ini dilakukan pengumpulan data primer melalui kuesioner yang disebrkan secara online dengan metode *purposive sampling*. Jumlah responden dari penelitian ini adalah 242 responden dan sebanyak 213 jawaban responden yang valid dan dapat digunakan dalam penelitian ini. Pengolahan data menggunakan bantuan *software* SmartPLS 4.0 dengan pendekatan *Structural Equation Modelling* (SEM). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *green brand positioning* dan *attitude toward green brand* tidak berpengaruh signifikan dan positif terhadap *green purchase intention*. Hanya variabel *environmental concern* yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *green purchase intention*. Sedangkan *green brand knowledge* tidak berhasil untuk memoderasi *green brand positioning*, *attitude toward green brand* dan *environmental concern* terhadap *green purchase intention*.

Kata Kunci: *Green Brand Positioning, Attitude Toward Green Brand, Environmental Concern, Green Brand Knowledge, Green Purchase Intention.*

DAFTAR ISI

| | |
|--|-----|
| LEMBAR PERNYATAAN | ii |
| KATA PENGANTAR | iii |
| ABSTRAK | v |
| DAFTAR ISI | vi |
| DAFTAR GAMBAR | ix |
| DAFTAR TABEL | x |
| BAB I | 1 |
| PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 10 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 11 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 12 |
| 1.5 Sistematika Penulisan | 13 |
| BAB II | 15 |
| TINJAUAN PUSTAKA | 15 |
| 2.1 Landasan Teori | 15 |
| 2.1.1 <i>Theory of Reasoned Action</i> | 15 |
| 2.1.2 <i>Green Marketing</i> | 16 |
| 2.1.3 <i>Green Brand Positioning</i> | 17 |
| 2.1.4 <i>Attitude Towards Green Brand</i> | 18 |
| 2.1.5 <i>Environmental Concerns</i> | 20 |
| 2.1.6 <i>Green Brand Knowledge</i> | 21 |
| 2.1.7 <i>Green Purchase Intention</i> | 21 |
| 2.2 Penelitian Terdahulu | 25 |
| 2.3 Pengembangan Hipotesis | 30 |
| 2.3.1 Pengaruh <i>green brand positioning</i> terhadap <i>green purchase intention</i> | 30 |
| 2.3.2 Pengaruh <i>attitude towards green brands</i> terhadap <i>green purchase intention</i> . 31 | |
| 2.3.3 Pengaruh <i>environmental concern</i> terhadap <i>green purchase intention</i> | 31 |
| 2.3.4 Efek <i>green brand knowledge</i> sebagai variabel moderasi. | 32 |
| 2.4 Kerangka Penelitian | 35 |
| BAB III | 36 |
| METODOLOGI PENELITIAN | 36 |
| 3.1 Jenis Penelitian dan Desain Penelitian | 36 |
| 3.3.1 Jenis Penelitian | 36 |
| 3.3.2 Desain Penelitian | 36 |
| 3.2 Objek, Subjek dan Tempat Penelitian | 38 |
| 3.2.1 Objek Penelitian | 38 |
| 3.2.2 Subjek Penelitian | 38 |

| | |
|---|----------------------------|
| 3.2.3 Tempat Penelitian | 38 |
| 3.3 Populasi dan Sampel | 39 |
| 3.3.1 Populasi | 39 |
| 3.3.2 Sampel | 39 |
| 3.4 Metode Sampling | 40 |
| 3.5 Metode Pengumpulan Data | 41 |
| 3.6 Definisi Operasional..... | 43 |
| 3.7 Pengukuran Data | 47 |
| 3.8 Metode Analisis Data | 47 |
| 3.8.1 Statistik Deskriptif..... | 47 |
| 3.9 Pengujian Instrumen..... | 49 |
| 3.9.1 Uji Validitas | 49 |
| 3.9.2 Uji Reliabilitas..... | 49 |
| 3.9.3 Uji Hipotesis..... | 50 |
| 3.9.4 Uji Moderasi..... | 50 |
| 3.10 Metode Analisa Data | 52 |
| 3.10.1..... | <i>Structural Equation</i> |
| <i>Model (SEM)</i> | 53 |
| BAB IV | 56 |
| ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN | 56 |
| 4.1 Hasil Statistika Deskriptif | 56 |
| 4.1.1 Distribusi Data..... | 56 |
| 4.1.2 Profil Responden | 58 |
| 4.2 Analisis Deskriptif..... | 63 |
| 4.2.1 Analisis Deskriptif Variabel <i>Green Brand Positioning</i> | 63 |
| 4.2.2 Hasil Deskriptif Variabel <i>Attitude Towards Green Brand</i> | 65 |
| 4.2.3 Hasil Deskriptif Variabel <i>Environmental Concern</i> | 66 |
| 4.2.4 Hasil Deskriptif Variabel <i>Green Purchase Intention</i> | 67 |
| 4.2.5 Hasil Deskriptif Variabel Moderasi <i>Green Brand Knowledge</i> | 69 |
| 4.3 Analisis SEM..... | 71 |
| 4.3.1 Analisis Structural Equation Model (SEM)..... | 71 |
| 4.3.2 Evaluasi <i>Goodness of Fit: Outer Model</i> | 72 |
| 4.3.3 Evaluasi <i>Goodness of Fit: Inner Model</i> | 77 |
| 4.4 Uji Reliabilitas..... | 78 |
| 4.5 Pengujian Hipotesis..... | 80 |
| 4.6 Uji Moderasi..... | 81 |
| 4.6.1 Uji F | 82 |
| 4.7 Pembahasan Hipotesis | 83 |
| 4.7.1 Pengaruh <i>Green Brand Positioning</i> terhadap <i>Green Purchase Intention</i> | 83 |
| 4.7.2 Pengaruh <i>Attitude Towards Green Brand</i> terhadap <i>Green Purchase Intention</i> | 84 |
| 4.7.3 Pengaruh <i>Environmental Concern</i> terhadap <i>Green Purchase Intention</i> | 85 |

| | |
|---|-----|
| 4.7.4 Peran Green Brand Knowledge dalam Memoderasi Pengaruh Green Brand Positioning terhadap Green Purchase Intention | 87 |
| 4.7.5 Peran <i>Green Brand Knowledge</i> dalam Memoderasi Pengaruh <i>Attitude Towards Green Brand</i> terhadap <i>Green Purchase Intention</i> | 89 |
| 4.7.6 Peran <i>Green Brand Knowledge</i> dalam Memoderasi Pengaruh <i>Environmental Concern</i> terhadap <i>Green Purchase Intention</i> | 90 |
| BAB V | 92 |
| PENUTUP | 92 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 92 |
| 5.2 Implikasi Manajerial | 94 |
| 5.3 Keterbatasan Penelitian | 97 |
| 5.4 Saran Penelitian Selanjutnya | 99 |
| DAFTAR PUSTAKA | 100 |
| LAMPIRAN | 103 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1. 1. Jumlah Penduduk Indonesia Tahun 2020 Berdasarkan Generasi..... | 2 |
| Gambar 1. 2. Kategori Barang Ramah Lingkungan yang Paling Sering Dibeli | 5 |
| Gambar 1. 3. Produk NPure | 7 |
| Gambar 2. 1. Model Penelitian | 35 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 2. 1. Tabel Penelitian Terdahulu | 25 |
| Tabel 3. 1. Tabel Definisi Operasional Variabel..... | 43 |
| Tabel 3. 2. Pengukuran Skala Likert | 47 |
| Tabel 4. 1. Jumlah responden yang mengetahui green product dari merek NPure..... | 57 |
| Tabel 4. 2. Jumlah Responden yang Pernah Menggunakan Green Product Dari NPure | 57 |
| Tabel 4. 3. Profil Responden berdasarkan Usia | 58 |
| Tabel 4. 4. Profil Responden berdasarkan Jenis Kelamin..... | 58 |
| Tabel 4. 5. Profil Responden Berdasarkan Pendidikan | 59 |
| Tabel 4. 6. Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan | 60 |
| Tabel 4. 7. Profil Responden Berdasarkan Penghasilan per Bulan | 61 |
| Tabel 4. 8. Profil Responden berdasarkan Rata-rata Pengeluaran untuk pembelian green product NPure dalam kurun waktu satu bulan | 62 |
| Tabel 4. 9. Hasil Deskriptif Variabel Green Brand Positioning | 63 |
| Tabel 4. 10. Hasil Deskriptif Variabel Attitude Towards Green Brand..... | 65 |
| Tabel 4. 11. Hasil Deskriptif Variabel Environmental Concern..... | 66 |
| Tabel 4. 12. Hasil Deskriptif Variabel Green Purchase Intention | 68 |
| Tabel 4. 13. Hasil Deskriptif Variabel Environmental Concern..... | 69 |
| Tabel 4. 14. Nilai Outer Loading | 72 |
| Tabel 4. 15. Nilai Outer Loading (Pengujian Kedua) | 74 |
| Tabel 4. 16. Average Variance Extracted (AVE) | 75 |
| Tabel 4. 17. Nilai Cross Loading | 76 |
| Tabel 4. 18. Nilai R-Square..... | 77 |
| Tabel 4. 19. Nilai Q-Square..... | 78 |
| Tabel 4. 20. Reliabilitas dan Validitas Konstruk | 78 |
| Tabel 4. 21. Hasil Path Coefficient | 81 |
| Tabel 4. 22. Path Coefficient Uji Moderasi..... | 81 |
| Tabel 4. 23. Nilai F-Square | 82 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|-----|
| Lampiran 1: Kuesioner Penelitian..... | 103 |
| Lampiran 2: Data Mentah Hasil Kuesioner | 110 |
| Lampiran 3: Hasil Olah Data SmartPLS 4..... | 163 |
| Lampiran 4: Jurnal Utama..... | 173 |
| Lampiran 5: Bukti Penyebaran Kuesioner | 195 |