

**PERAN KESADARAN CITRA MEREK HIJAU DAN KESADARAN
LINGKUNGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN
KONTROL PERILAKU KONSUMEN POTENSIAL THE BODY SHOP
MOJOKERTO**

TESIS

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Guna Mencapai Gelar Magister
PROGRAM STUDI
MAGISTER MANAJEMEN**



Oleh:

MUHAMMAD BAIQUN ISBAHI

NPM: 21061020005

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL JAWA TIMUR**

2023

PERAN KESADARAN CITRA MEREK HIJAU DAN KESADARAN LINGKUNGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN KONTROL PERILAKU KONSUMEN POTENSIAL THE BODY SHOP MOJOKERTO

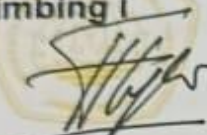
Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

MUHAMMAD BAIQUN ISBAHI
NPM: 21061020005

Telah dipertahankan di depan Penguji pada tanggal 5 Desember 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Pembimbing I



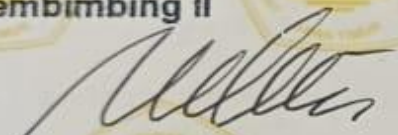
Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si., CRP.
NIP. 196304201991032001

Anggota Dewan Penguji



Dr. Wiwik Handayani, SE., M.Si.
NIP. 196901132021212003

Pembimbing II



Dr. Sugeng Purwanto, S.E., M.M.
NIP. 196801081989031001



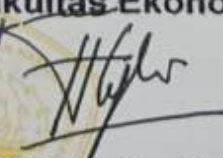
Dr. Dra. Ika Korika Swasti, M.Pd., CHR
NIP. 196409201989032001

Surabaya, 30 Desember 2023
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Program Magister Manajemen



Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si., CRP.
NIP. 196304201991032001

KATA PENGANTAR

Dengan mengucap Puji Syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis dengan judul "**Peran Kesadaran Citra Merek Hijau Dan Kesadaran Lingkungan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kontrol Perilaku Sebagai Mediasi**".

Tujuan dari penulisan Tesis ini merupakan salah satu persyaratan wajib guna memperoleh Gelar Magister Manajemen (M.M.) di program Pascasarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur. Dalam penulisan usulan penelitian ini, penulis telah banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak baik dari pihak intern maupun ekstern di Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur yang mana penulis tidak mungkin menyebutkan seluruhnya. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada yang terhormat :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
2. Ayah Muhammad Fadli Havera dan Ibu Siti Maimunah selaku orang tua penulis yang tiada henti-hentinya memberi dukungan serta mengalirkan do'a yang mulia kepada Allah SWT agar penulis dapat diberi kelancaran dan kemudahan dalam pelaksanaan penyelesaian Tesis.

3. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CFP selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur sekaligus sebagai pembimbing pertama.
4. Bapak Dr. Sugeng Purwanto, S.E., M.M. selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur sekaligus sebagai pembimbing kedua
5. Ibu Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.Si. dan Ibu Dr. Dra. Ika Korika Swasti, M.Pd. selaku dosen penguji yang telah memberikan saran dan arahan dalam menyempurnakan penulisan Tesis.
6. Bapak Dr. Muhadjir Anwar, M.M, CFP. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
7. Ibu Prof. Dr. Yuniningsih, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
8. Seluruh Dosen Pascasarjana yang telah memberikan waktu dan ilmunya selama proses belajar di program studi Magister Manajemen Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.

Semoga selalu memberikan rahmat dan ridha- Nya kepada seluruh pihak yang memberi dukungan, bantuan, nasihat, serta bimbingan

yang bermanfaat bagi kami. Peneliti menyadari masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna dalam penulisan ini. Peneliti berharap semoga Tesis ini dapat menunjang perkembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang manajemen sumber daya manusia.

Surabaya, November 2023

Penulis

PERNYATAAN ORISINALITAS TESIS

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah Tesis ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis untuk diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar Pustaka.

Apabila ternyata didalam naskah tesis ini dapat dibuktikan terdapat unsur unsur jiplakan, saya bersedia Tesis ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (Magister) dibatalkan, serta diproses sesuai peraturan perundang undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70)

Surabaya, November 2023



Muhammad Baiqun Isbahi

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRACT.	x
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	15
1.3 Tujuan Penelitian	16
1.4 Manfaat Penelitian	17
II. TINJAUAN PUSTAKA	18
2.1 Penelitian Terdahulu.....	18
2.2 Landasan Teori.....	21
2.2.1 Perilaku Konsumen	21
2.2.2 Keputusan Pembelian Konsumen	25
2.2.3 Keputusan Pembelian Produk Hijau.....	32
2.2.4 Kesadaran Lingkungan	33
2.2.5 Kesadaran Citra Merek Hijau	36
2.2.6 Kontrol Perilaku terhadap Produk Hijau	38
2.2.7 Produk Hijau	40
2.3 Hubungan Antar Variabel	42
2.4 Kerangka Konseptual	50
2.5 Hipotesis	54
III. METODE PENELITIAN	55
3.1 Desain Penelitian.....	55
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	55
3.3 Tempat dan Waktu Penelitian.....	57
3.4 Populasi dan Sampel.....	58
3.5 Teknik Analisis Data	63
3.5.1 Analisis Deskriptif.....	63
3.5.2 Analisis Inferensial	63

IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	71
	4.1 Desain Penelitian	71
	4.2 Deskripsi Penelitian..	73
	4.3 Deskripsi Variabel penelitian	78
	4.4 Analisis Data	87
	4.5 Uji Hipotesis	100
	4.6 Pembahasan.....	101
V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	113
	5.1 Kesimpulan	113
	5.2 Saran	115
	Daftar Pustaka	116
	Lampiran.....	122

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Tren Minat Konsumen Terhadap Merek Skincare Organik	14
Tabel 2.1 Model Keputusan pembelian Oleh Konsumen	34
Table 3.1 Skala Likert.....	63
Table 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	73
Tabel 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia	74
Tabel 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	74
Tabel 4.4 Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	75
Tabel 4.5 Distribusi Responden Berdasarkan Media Pengenalan	76
Tabel 4.6 Distribusi Responden Berdasarkan Informasi Green Product.....	76
Tabel 4.7 Distribusi Responden Berdasarkan Produk Pilihan	77
Tabel 4.8 Deskripsi Variabel Kesadaran Lingkungan (X1)	78
Tabel 4.9 Deskripsi Variabel Kesadaran Citra Merek Hijau (X2)	80
Tabel 4.10 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	83
Tabel 4.11 Deskripsi Variabel Kontrol Perilaku (Z).....	85
Tabel 4.12 Outer Loading	90
Tabel 4.13 Uji Composite Realibility and Cronbach Alpha	91
Tabel 4.14 Nilai Average Variance Extracted.....	92
Tabel 4.15 Cross Loading.....	93
Tabel 4.16 Fornell-Lacker Criterion.....	94
Tabel 4.17 R.Square.....	95
Tabel 4.18 Pengaruh Langsung.....	98
Tabel 4.19 Pengaruh Tidak Langsung	99

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Top 5 Brand Perawatan Wajah Terlaris di E-Commerce.....	11
Gambar 1.2 Top 10 Brand Skincare Terlaris di E-commerce.....	12
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	56
Gambar 3.1 Peran Mediasi dan Variabel.....	68
Gambar 4.1 Model Konseptual Diagram Jalur.....	87
Gambar 4.2 Output Diagram Jalur (Inner Model).....	89
Gambar 4.3 Output Bootstraping dengan nilai P-Value.....	99

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian.....	122
Lampiran 2 Tabulasi Karakteristik Responden.....	124
Lampiran 3 Tabulasi Jawaban Responden.....	126
Lampiran 4 Distribusi Frekuensi Penelitian.....	128
Lampiran 5 Path Coefficients and Specifics Indirect Effect	130
Lampiran 6 Model PLS dan Outer Loading.....	132

THE ROLE OF GREEN BRAND IMAGE AWARENESS AND ENVIRONMENTAL AWARENESS IN PURCHASING DECISIONS BY CONTROLLING THE BEHAVIOR OF POTENTIAL CONSUMERS OF THE BODY SHOP MOJOKERTO

Muhammad Baiqun Isbahi

21061020005

ABSTRACT

This research focuses on the role of environmental awareness and green brand image awareness in driving green product purchasing decisions. The aim of this research is to determine the influence of environmental awareness and green brand image awareness on purchasing decisions both directly and indirectly through behavioral control. The population in this research is 220 potential consumers of The Body Shop Mojokerto with the sample used being the younger generation in Mojokerto, who know The Body Shop and are potential consumers. The sample in this research is included in the purposive sampling category with the total sample in this research being 120 respondents. The analytical method used is descriptive analysis and Partial Least Square (PLS) using the SmartPLS version 3.0 software application. The research results show that environmental awareness is important to improve purchasing decisions, as well as the results on an indirect relationship through behavioral control. Based on these findings, behavioral control is stated as a mediator and the importance of green brand image awareness is able to encourage positive behavioral control which can influence purchasing decisions.

Keywords: environmental awareness, green brand image awareness, behavioral control, purchasing decisions

PERAN KESADARAN CITRA MEREK HIJAU DAN KESADARAN LINGKUNGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN KONTROL PERILAKU KONSUMEN POTENSIAL THE BODY SHOP MOJOKERTO

Muhammad Baiqun Isbahi

21061020005

ABSTRAK

Penelitian ini berfokus pada peran kesadaran lingkungan dan kesadaran citra merek hijau dalam mendorong keputusan pembelian produk hijau. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kesadaran lingkungan dan kesadaran citra merek hijau terhadap keputusan pembelian baik secara langsung maupun secara tidak langsung melalui kontrol perilaku. Populasi pada penelitian ini yaitu 220 konsumen potensial *The Body Shop* Mojokerto dengan sampel yang digunakan adalah generasi muda yang ada di Mojokerto, yang mengetahui *The Body Shop* dan menjadi konsumen potensial. Sampel dalam penelitian ini masuk dalam kategori *purposive sampling* dengan jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 120 responden. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan *Partial Least Square* (PLS) dengan menggunakan aplikasi *software smartPLS* versi 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesadaran lingkungan penting untuk meningkatkan keputusan pembelian, begitu juga hasilnya pada hubungan tidak langsung melalui kontrol perilaku. Berdasarkan temuan ini, kontrol perilaku dinyatakan sebagai mediasi dan pentingnya kesadaran citra merek hijau dimana mampu mendorong kontrol perilaku yang positif yang dapat memengaruhi keputusan pembelian.

Kata Kunci: kesadaran lingkungan, kesadaran citra merek hijau, kontrol perilaku, keputusan pembelian