

KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan kasih dan rahmatNya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik dan tepat waktu.

Tugas Akhir dengan judul “**Analisis Pengaruh *Green Packaging, Green Product, dan Green Advertising* terhadap Minat Beli melalui Persepsi Konsumen pada Levi’s Indonesia**” ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen Strata Satu Universitas Pelita Harapan, Karawaci.

Dalam proses penulisan Tugas Akhir ini terdapat beberapa kendala dan keterbatasan yang dihadapi. Penulis sadar bahwa Tugas Akhir ini dapat diselesaikan tepat waktu berkat bantuan, bimbingan, dukungan serta doa yang diberikan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang membantu penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini, yaitu:

1. Ibu Dra. Gracia Shinta S. Ugut, M.B.A., Ph. D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Harapan.
2. Ibu Isana S. C. Meranga, S.P., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen.
3. Bapak Danet Arya Patria, S.E., M.B.A. selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah meluangkan waktu untuk memberikan

bimbingan, nasihat, saran, dan kritik selama proses penulisan Tugas Akhir ini.

4. Ibu Vina Christina Nugroho, S.E., M.M selaku Pembimbing Akademik penulis selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan.
5. Seluruh Dosen Universitas Pelita Harapan yang telah memberikan ilmu terhadap penulis selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan.
6. Seluruh Staff dan Karyawan Universitas Pelita Harapan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberi bantuan kepada penulis dalam kegiatan administratif.
7. Kedua orang tua penulis, Papi Latno Hendrison dan Mami Bong Sui Kian, beserta Koko Daruswan dan Dede Albert Armando yang telah memberikan dukungan secara moral, material, doa, dan perhatian.
8. Segenap keluarga penulis, Paman Joe Kartono, Tante Betsy Sabeta, Tante Lili, Cece Silvia, Cece Adline Lesmana, dan lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang memberikan perhatian, dukungan, dan doa kepada penulis.
9. Sahabat penulis Amal Burga Saputra, Callista, dan Yvonne Shisley yang selalu mendoakan, memberikan dukungan dan semangat kepada penulis.
10. Teman-teman seperjuangan Valencia Husaen, Audrey Aurelie, Emanuela Vania Supit, Alecia, Yonatan Revano Hiendrawan, Albertus Aldo, Agnes Prasetyo, Rosita, Tresia Anggraini, dan lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan, dukungan, dan semangat.

11. Teman-teman dekat penulis Agnes Aurelia, Hilary Onorato, Nana Chandra, Stevie Ericjona, Ronan Keating, dan Vindylia Tanaya yang memberikan dukungan dan semangat kepada penulis.
12. Teman-teman penulis Bellinda Tanjaya dan Nessie Nathan Goutama yang memberikan dukungan dan semangat kepada penulis.
13. Kepada semua pihak yang namanya tidak dapat disebutkan satu persatu.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dan kesalahan dalam Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang dapat membantu membangun Tugas Akhir ini akan sangat dihargai oleh penulis. Penulis berharap agar Tugas Akhir ini dapat membantu mengembangkan wawasan pembaca, serta dapat menjadi bahan referensi dan acuan untuk penelitian selanjutnya.

Tangerang, 27 November 2020

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR	
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.4.1 Manfaat Teoritis	12
1.4.2 Manfaat Praktis	13
1.5 Sistematika Penulisan.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Industri Fashion.....	15
2.2 Green Marketing	17
2.3 Green Consumer.....	19
2.4 Konstruk/Variabel	22
2.4.1 Green Packaging	22
2.4.2 Green Product.....	24
2.4.3 Green Advertising	26
2.4.4 Persepsi Konsumen	28
2.4.5 Minat Beli.....	30
2.5 Pengajuan Hipotesis	31
2.5.1 Pengaruh <i>Green Packaging</i> terhadap Persepsi Konsumen	31
2.5.2 Pengaruh <i>Green Product</i> terhadap Persepsi Konsumen	33
2.5.3 Pengaruh <i>Green Advertising</i> terhadap Persepsi Konsumen.....	34

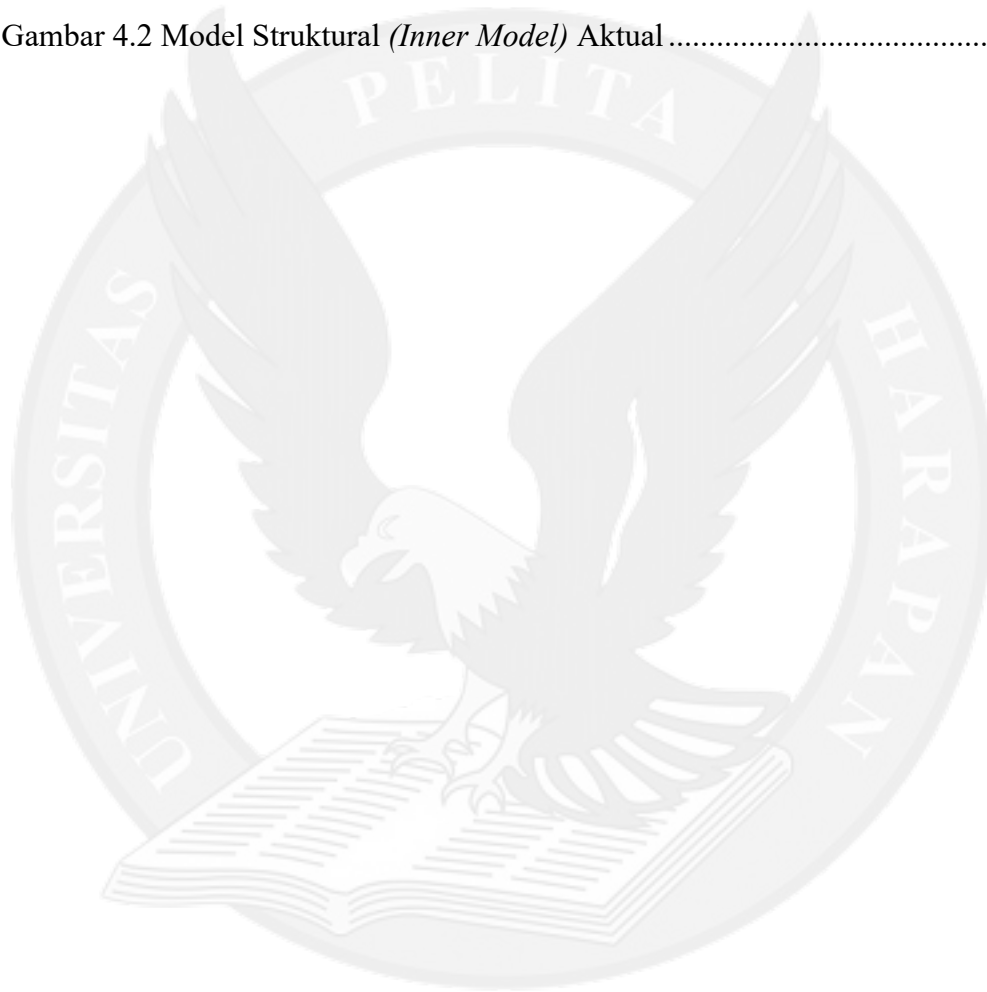
2.5.4 Pengaruh <i>Green Packaging</i> terhadap Minat Beli.....	35
2.5.5 Pengaruh <i>Green Product</i> terhadap Minat Beli.....	36
2.5.6 Pengaruh <i>Green Advertising</i> terhadap Minat Beli	37
2.5.7 Pengaruh Persepsi Konsumen terhadap Minat Beli	39
2.6 Model Penelitian	40
BAB III METODE PENELITIAN	41
3.1 Objek Penelitian.....	41
3.2 Unit Analisis.....	42
3.3 Tipe Penelitian	42
3.4 Definisi Konseptual dan Operasional.....	44
3.5 Populasi dan Sampel	48
3.5.1 Penentuan Jumlah Sampel.....	49
3.5.2 Metode Penarikan Sampel.....	49
3.6 Metode Pengumpulan Data	50
3.7 Metode Analisis Data.....	51
3.7.1 Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM).....	51
3.8 Pengujian Instrumen Penelitian.....	54
3.8.1 Uji Validitas	54
3.8.2 Uji Reliabilitas	55
3.8.3 Hasil Uji Instrumen Pendahuluan	55
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	60
4.1 Profil Responden.....	60
4.1.1 Jenis Kelamin	60
4.1.2 Usia	61
4.1.3 Domisili.....	61
4.1.4 Tingkat Pendidikan Terakhir.....	63
4.1.5 Pekerjaan	64
4.1.6 Penghasilan	64
4.1.7 Pertimbangan Isu Lingkungan	65
4.2 Statistik Deskriptif	66
4.3 Hasil Analisis Data.....	68
4.3.1 Hasil Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	69
4.3.2 Hasil Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	72
4.4 Pembahasan.....	78

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	87
5.1 Kesimpulan	87
5.2 Implikasi Teoritis	88
5.3 Implikasi Manajerial	89
5.4 Keterbatasan Penelitian	93
5.5 Saran.....	94
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN	



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Penjualan Levi's Secara Global dan di Asia Tahun 2015-2020	8
Gambar 2.1 Model Penelitian	41
Gambar 4.1 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>) Aktual	70
Gambar 4.2 Model Struktural (<i>Inner Model</i>) Aktual	74



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Persentase Top Brand Index Levi's	9
Tabel 3.1 Definisi Konseptual dan Operasional	45
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Konvergen Studi Pendahuluan (<i>Outer Loadings</i>)..	56
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Konvergen Studi Pendahuluan (AVE).....	57
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Diskriminan Studi Pendahuluan.....	57
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Diskriminan Studi Pendahuluan Setelah Diuji.....	58
Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas Studi Pendahuluan.....	59
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	61
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Domisili.....	62
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir.....	63
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	64
Tabel 4.6 Profil Responden Berdasarkan Penghasilan	65
Tabel 4.7 Profil Responden Berdasarkan Pertimbangan Isu Lingkungan	65
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif	66
Tabel 4.9 Klasifikasi Kategori Jawaban.....	67
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Studi Aktual.....	70
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Konvergen Studi Aktual (<i>Outer Loadings</i>).....	71
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Konvergen Studi Aktual (AVE).....	71
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Diskriminan Studi Aktual (<i>Fornell-Larcker</i>).....	72
Tabel 4.14 Hasil Uji Kolinearitas.....	74
Tabel 4.15 Nilai R-squares.....	74
Tabel 4.16 Hasil Uji Hipotesis	75
Tabel 5.1 Perbandingan Hasil Penelitian	88