

Pengaruh *Green Awareness* Terhadap *Attitude Toward Green Product* Yang Dimediasi Oleh *Environmental Concern*, *Perceived Benefit*, dan *Perceived Price* Pada Produk Detergen Ramah Lingkungan

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana



SEKAR MAYANG SARI

1211001037

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2025

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Sekar Mayang Sari

NIM : 1211001037

Tanda Tangan :



Tanggal : 26 Agustus 2025

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Sekar Mayang Sari
NIM : 1211001037
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

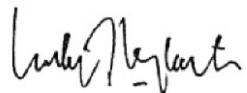
Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Ananda Fortunisa, SE., MSi

()

Penguji I : Ir. Imbang Jaya Mangkuto, MBA, MSi

()

Penguji II : Dominica A. Widyastuti, SE. MM

()

Ditetapkan : Jakarta

Tanggal : 26 Agustus 2025

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala limpahan rahmat, dan kekuatan-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Pengaruh *Green Awareness* Terhadap *Attitude Toward Green Product* Yang Dimediasi Oleh *Environmental Concern*, *Perceived Benefit*, dan *Perceived Price* Pada Produk Detergen Ramah Lingkungan” dengan baik. Tugas Akhir ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Proses penyusunan skripsi ini bukanlah perjalanan yang mudah, tetapi penuh dengan pelajaran, tantangan, serta momen-momen yang tak terlupakan. Tugas akhir ini menjadi bagian penting dari proses pertumbuhan saya, tidak hanya secara akademik, tetapi juga secara pribadi. Dibalik lembar demi lembar tulisan ini, ada banyak dukungan, doa, dan semangat dari orang-orang yang tidak hentinya memberi dukungan dalam setiap langkah saya.

Dengan penuh rasa hormat dan kasih, saya ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Prof. Ir. Sofia Miriyanti Alisjahbana Wangsadinata, M.Sc, Ph.D selaku rector Universitas Bakrie.
2. Bapak Dr. Dudi Rudianto, SE, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.
3. Bapak Prof. M. Taufik Amir, S.E., M.M., Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Bakrie.
4. Bapak Bapak Deddy Herdiansyah, Ir., M.sc., M.B.A., Ph.D selaku Dosen Pembimbing Akademik Universitas Bakrie.
5. Ibu Ananda Fortunisa, SE.,MSi selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar membimbing, mengarahkan, dan memberi masukan yang sangat berarti selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas waktu, perhatian, serta kesediaan Ibu untuk selalu membuka ruang bimbingan, bahkan di tengah kesibukan yang luar biasa.
6. Bapak/Ibu Dosen Prodi Manajemen yang sudah memberikan pengetahuan yang sangat berharga selama perkuliahan di Universitas Bakrie.
7. Teruntuk kedua orang tua penulis, terima kasih atas setiap doa yang tak pernah putus serta dukungan secara penuh selama penulisan skripsi ini.

8. Untuk seluruh keluarga penulis yang selalu mendukung, memberi semangat serta doa selama perkuliahan hingga penyusunan tugas akhir ini.
9. Untuk teman-teman seperjuangan Faridah Rahayu Aulia, Farsya Nadhifa, Widya Rezkyani Putri, Weni Laboi dan Ashwita Dayu Pramudita, terima kasih atas bantuan, diskusi dan candaan yang membuat perjalanan perkuliahan hingga penyusunan tugas akhir ini terasa lebih ringan dan menyenangkan.
10. Terakhir, saya ingin berterima kasih untuk diri saya sendiri yang sudah bertahan sejauh ini. Untuk hari-hari yang penuh air mata, ragu, dan lelah yang tak terlihat oleh siapa pun. Terima kasih karena sudah berjuang dan tidak menyerah dalam penyusunan tugas akhir ini.

Saya menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, saya bersedia menerima kritikan dan masukan untuk perbaikan di waktu mendatang. Saya berharap Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi diri saya dan juga bagi pembaca.

Jakarta, 26 Agustus 2025



Sekar Mayang Sari

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sekar Mayang Sari
NIM : 1211001037
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Hasil penelitian demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non – exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Pengaruh *Green Awareness* Terhadap *Attitude Toward Green Product* Yang Dimediasi Oleh *Environmental Concern*, *Perceived Benefit*, dan *Perceived Price* Pada Produk Detergen Ramah Lingkungan.

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 26 Agustus 2025

Yang Menyatakan



Sekar Mayang Sari

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Green Awareness* terhadap *Attitude Toward Green Product* pada produk detergen ramah lingkungan yang dimediasi oleh *Environmental Concern*, *Perceived Benefit*, dan *Perceived Price*. Penelitian ini dilakukan pada konsumen produk detergen ramah lingkungan di wilayah Jabodetabek dengan melibatkan 115 responden. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dan dianalisis dengan menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) untuk menguji hubungan antar variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Green Awareness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Environmental Concern*, *Perceived Benefit* dan *Perceived Price*. Ketiga dimensi ini secara signifikan memediasi pengaruh *Green Awareness* terhadap *Attitude Toward Green Product*. Temuan ini menegaskan pentingnya peran kesadaran konsumen dan persepsi terkait harga dalam membentuk sikap positif terhadap produk ramah lingkungan. Implikasi praktis dari penelitian ini memberikan rekomendasi bagi perusahaan untuk mengelola persepsi harga dan meningkatkan edukasi lingkungan guna mendorong pembelian produk hijau secara lebih luas.

Kata Kunci: *Green Awareness*, *Environmental Concern*, *Perceived Benefit*, *Perceived Price*, *Attitude Toward Green Product*, Produk Detergen Ramah Lingkungan.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Green Awareness on Attitude Toward Green Products for eco-friendly detergent products, mediated by Environmental Concern, Perceived Benefit, and Perceived Price. This study was conducted among consumers of eco-friendly detergent products in the Greater Jakarta area, involving 115 respondents. Data were collected using a questionnaire and analyzed using Structural Equation Modeling (SEM) to examine the relationships between variables. The results indicate that Green Awareness has a positive and significant effect on Environmental Concern, Perceived Benefit, and Perceived Price. These three dimensions significantly mediate the effect of Green Awareness on Attitude Toward Green Products. This finding confirms the important role of consumer awareness and price perceptions in shaping positive attitudes toward eco-friendly products. The practical implications of this study provide recommendations for companies to manage price perceptions and increase environmental education to encourage wider purchases of green products.

Keywords: Green Awareness, Environmental Concern, Perceived Benefit, Perceived Price, Attitude Toward Green Products, Eco-Friendly Detergent Products.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
UNGKAPAN TERIMA KASIH.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Batasan Masalah	7
1.4 Rumusan Masalah	7
1.5 Tujuan Penelitian	7
1.6 Manfaat Penelitian.....	8
1.6.1 Manfaat Teoritis	8
1.6.2 Manfaat Praktis	8
1.6.3 Manfaat Sosial.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Green Awareness	9
2.1.2 Perceived Price	9
2.1.3 Perceived Benefit	10
2.1.4 Attitude Toward Green Product.....	10
2.1.5 Environmental Concern.....	11
2.2 Matriks Penelitian Terdahulu.....	12
2.3 Hubungan Antar Variabel	13
2.3.1 H1: Green awareness berpengaruh positif terhadap attitude toward green product	13
2.3.2 H2: Pengaruh Green Awareness terhadap Attitude Toward Green Product Dimediasi oleh Environmental Concern.....	13
2.3.3 H3: Pengaruh Green Awareness terhadap Attitude Toward Green Product Dimediasi oleh Perceived Benefit	14

2.3.4 H4: Pengaruh Green Awareness terhadap Attitude Toward Green Product Dimediasi oleh Perceived Price.....	14
2.4 Kerangka Berpikir	14
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	15
3.1 Populasi dan Sampel Penelitian.....	15
3.1.1 Populasi	15
3.1.2 Sampel.....	15
3.2 Sumber Data	15
3.2.1 Data Primer	15
3.2.2 Data Sekunder	16
3.3 Variabel Penelitian.....	16
3.4 Table OVP (Operasionalisme Variabel Penelitian).....	16
3.5 Teknik Pengambilan Data.....	20
3.5.1 Pengolahan Data.....	20
3.5.2 Pengumpulan Data	21
3.6 Metode Analisis Data.....	22
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	28
4.1 Deskripsi Responden	28
4.2 Uji Validitas dan Realibilitas	31
4.2.1 Uji Validitas.....	31
4.2.2 Uji Realibilitas.....	33
4.3 Metode Pengumpulan	34
4.4 Hasil Uji Hipotesis.....	43
4.5 Hasil Uji Sobel.....	44
4.6 Implikasi Manajerial.....	46
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	48
5.1 Kesimpulan.....	48
5.2 Saran	48
Daftar Pustaka	49
Lampiran	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Keunggulan Detergen SoSoft.....	2
Gambar 1. 2 Gentle Gen memiliki Sertifikasi USDA.....	3
Gambar 1. 3 Sertifikasi USDA	3
Gambar 1. 4 Yayasan Wings Peduli Bersama Pemkot Surabaya Lakukan Pemasangan Trash Boom di 5 Titik	4
Gambar 1. 5 SoKlin Antisep Luncurkan Kampanye Indonesia Sehat Berseri	5
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir.....	14
Gambar 3. 1 Diagram Jalur Pengaruh Green Awareness terhadap Attitude Toward Green Product, dengan Environmetal Concern, Perceived Benefit dan Perceived Price sebagai Variabel Intervening Pada Produk Ramah Lingkungan.	23
Gambar 4. 1 Uji Validitas CFA Eksogen.....	31
Gambar 4. 2 Uji Validitas CFA Endogen	32
Gambar 4. 3 Diagram Jalur (Path Diagram)	35
Gambar 4. 4 Output Model	41
Gambar 4. 5 Pengaruh Green Awareness terhadap Attitude Toward Green Product melalui Environmental Concern	44
Gambar 4. 6 Pengaruh Green Awareness terhadap Attitude Toward Green Product melalui Perceived Benefit.....	45
Gambar 4. 7 Pengaruh Green Awareness terhadap Attitude Toward Green Product melalui Perceived Price.....	45

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Matriks Penelitian Terdahulu	12
Tabel 3. 1 Operasional Variabel	16
Tabel 3. 2 Skala Penelitian.....	21
Tabel 3. 3 Goodness of Fit Indicates.....	27
Tabel 4. 1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	28
Tabel 4. 2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	28
Tabel 4. 3 Deskripsi Responden Berdasarkan Domisili.....	29
Tabel 4. 4 Deskripsi Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	29
Tabel 4. 5 Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan	30
Tabel 4. 6 Deskripsi Responden Berdasarkan Penggunaan Detergen SoSoft atau Gentle Gen	30
Tabel 4. 7 Uji Validitas CFA Eksogen.....	32
Tabel 4. 8 Uji Validitas CFA Endogen	32
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reabilitas	34
Tabel 4. 10 Assessment of normality	37
Tabel 4. 11 Hasil Observations farthest from the centroid (Mahalanobis distance) (Group number 1).....	37
Tabel 4. 12 Uji Goodness Of-Fit Indeks	43
Tabel 4. 13 Uji Hipotesis	43
Tabel 4. 14 Persentase Kontribusi.....	46

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Tangkapan Layar Kuesioner	53
--	----