

PENGARUH *GREEN PRODUCT*, *ENVIRONMENTAL KNOWLEDGE*, DAN *SOCIAL MEDIA MARKETING* TERHADAP *GREEN PURCHASE INTENTION* PRODUK APPLE PADA GEN Z DI CIKARANG BARAT

SKRIPSI



**OLEH:
DIMAS YOGI PRATAMA
112011490**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA BANGSA
BEKASI
2024**

PENGARUH *GREEN PRODUCT*, *ENVIRONMENTAL KNOWLEDGE*, DAN *SOCIAL MEDIA MARKETING* TERHADAP *GREEN PURCHASE INTENTION* PRODUK APPLE PADA GEN Z DI CIKARANG BARAT

Diajukan Kepada Universitas Pelita Bangsa
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam
Menyelesaikan Program Sarjana Manajemen

SKRIPSI



OLEH:
DIMAS YOGI PRATAMA
112011490

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA BANGSA
BEKASI
2024**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Yang bertandatangan dibawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi:

Nama Mahasiswa : Dimas Yogi Pratama
NIM : 112011490
Judul Skripsi : Pengaruh *Green Product, Environmental Knowledge*
Dan *Social Media Marketing* Terhadap *Green*
Purchase Intention Produk Apple Pada Gen Z Di
Cikarang Barat.

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti ujian skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa.

Bekasi, 23 Juni 2024

Pembimbing,



Edy Saptono S.H.,M.B.A

NIDN: 0412118305

SKRIPSI

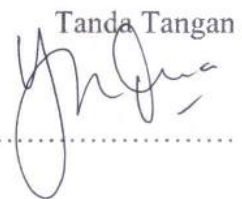
**PENGARUH GREEN PRODUCT, ENVIRONMENTAL KNOWLEDGE DAN
SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP GREEN PURCHASE
INTENTION PRODUK APPLE PADA GEN Z DI CIKARANG BARAT**

Dipersiapkan dan disusun oleh :
Dimas Yogi Pratama
112011490

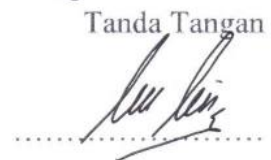
Telah dipertahankan didepan Dewan Penguji Skripsi pada hari Sabtu, tanggal 27, bulan Juli, tahun 2024, dan dinyatakan telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen.

SUSUNAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI

Ketua Penguji
Nama: Indra Permana, S.Sos.,M.M
NIDN: 0424027803

Tanda Tangan


Anggota Penguji
Nama: Wachid Hasyim, S.E.,M.M
NIDN: 0411118901

Tanda Tangan


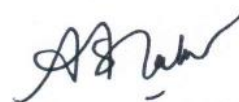
Mengetahui,

Ka. Prodi Manajemen



Dr. Yunita Ramadhani RDS, S.E.,M.Sc.
NIDN: 0406068402

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis



Dr. Præatmi Nurastuti, S.E.,M.M
NIDN: 0404046508

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dimas Yogi Pratama
NIM : 112011490
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Universitas Pelita Bangsa seluruhnya merupakan hasil karya saya sendiri.

Adapun bagian - bagian tertentu dalam penulisan Skripsi yang saya kutip dari hasil karya orang lain yang telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian Skripsi ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya sandang dan sanksi-sanksi lainya sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Bekasi, 23 Juni 2024

Tanda Tangan



Dimas Yogi Pratama

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Sukses berjalan dari satu kegagalan ke kegagalan yang lain, tanpa kita kehilangan semangat.”

(Abraham Lincoln)

“Tidak ada kesuksesan tanpa kerja keras. Tidak ada keberhasilan tanpa kebersamaan. Tidak ada kemudahan tanpa doa.”

(Ridwan Kamil)

Persembahan:

- Ayah, Ibu dan Adik tersayang yang telah memberikan support beserta doa dalam penyelesaian skripsi
- Bapak Edy Saptono, SH.,M.B.A selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dalam penyusunan Skripsi
- Ibu Agustini Tanjung .,SE.,M.M.,D.B.A. selaku DPA MA 20 C7
- Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan pengetahuan serta teladan yang sangat berharga selama menempuh pembelajaran di universitas Pelita Bangsa.
- Afif Subekti, Muharif dan Yusuf Andrianto sebagai sahabat yang telah memberikan support dalam penyusunan skripsi
- Putri Aprillia, Siti Maimunah, Sri Evita Yanti, Triski Ayu Kintania Rahmasari sebagai Sahabat seperjuangan dalam penyusunan skripsi
Rekan Kerja PT Fukoku Tokai Rubber Indonesia yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT, karena atas karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Green Product, Environmental Knowledge, Dan Social Media Marketing* Terhadap *Green Purchase Intention* Produk Apple Pada Gen Z Di Cikarang Barat”. Proposal Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk memenuhi ujian skripsi pada program studi manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Yunita Ramadhani Ratnaningsih DS, S.E., M. Sc. selaku Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Bisnis dan Ilmu Sosial Universitas Pelita Bangsa, beserta seluruh staf yang telah memberikan rekomendasi dan memfasilitasi penulis untuk dapat menulis skripsi.
2. Ibu Dr. Preatmi Nurastuti, SE., M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis dan Ilmu Sosial Universitas Pelita Bangsa beserta jajarannya yang telah memberikan kesempatan dan izin dukungan moril maupun materil kepada penulis.
3. Bapak Hamzah Mohammad Mardi Putra, SKM., M.M, selaku Rektor Universitas Pelita Bangsa.
4. Bapak Edy Saptono, S.H.,M.B.A selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan saran dan kritik bimbingan arahan yang sangat membantu dalam penyusunan skripsi ini.
5. Tim penguji Bapak Indra Permana, S.Sos.,MM dan Bapak Wachid Hasyim,S.E.,MM yang telah berkenan memberikan masukan dan saran dalam penyempurnaan penyusunan skripsi.

6. Bapak atau Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa yang telah membimbing, mengarahkan, menasehati dan membagi ilmu pengetahuan sebagai bekal bagi penulis dalam pengembangan keilmuan maupun penyelesaian skripsi ini.
7. Keluarga tercinta kedua Orang tua, Adik saya yang senantiasa memberikan dukungan dan semangat.
8. Teman-teman angkatan 2020 Fakultas Ekonomi Bisnis dan Ilmu Sosial Universitas Pelita Bangsa terima kasih atas keakraban, diskusi, saran, dan semangat yang telah diberikan. Penulis selalu merindukan saat-saat diskusi bersama dimasa perkuliahan.
9. Seluruh staff Administrasi Fakultas Ekonomi Bisnis dan Ilmu sosial Universitas Pelita Bangsa yang selalu memberikan kemudahan dan membantu dalam layanan administrasi perkuliahan maupun dalam proses penyelesaian proposal skripsi ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penyelesaian proposal skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa proposal skripsi ini jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif. Semoga proposal skripsi ini bermanfaat untuk pengembangan ilmu di masa yang akan datang.

Bekasi, 23 Juni 2024

Penulis,

Dimas Yogi Pratama

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN PENGUJI SKRIPSI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRACT	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 <i>Green Purchase Intention</i>	10
2.1.2 <i>Green Product</i>	13
2.1.3 Environmental Knowledge	16
2.1.4 <i>Social Media Marketing</i>	17
2.2 Penelitian Terdahulu	20
2.3 Hipotesis dan Model Penelitian	23
2.3.1 <i>Pengembangan Hipotesis</i>	23
2.3.2 <i>Model Penelitian</i>	26
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Jenis Penelitian.....	27
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	27
3.3 Kerangka Konsep	28
3.3.1 <i>Desain Penelitian</i>	28
3.3.2 <i>Definisi Operasional Variabel Penelitian</i>	30
3.4 Populasi dan Sampel	33
3.5 Metode Pengumpulan data.....	34
3.6 Metode Analisis Data.....	35
3.6.1 <i>Uji Validitas</i>	36
3.6.2 <i>Uji Reliabilitas</i>	36
3.6.3 <i>Uji Asumsi Klasik</i>	36
3.6.4 <i>Analisis Regresi Linier Berganda</i>	37
3.6.5 <i>Koefisien Determinasi (KD)</i>	38

2.1.4 Uji Hipotesis Parsial (<i>T</i>).....	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1 Karakteristik Responden.....	40
4.1.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
4.1.2 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan.....	40
4.1.3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan.....	40
4.1.4 Karakteristik Berdasarkan Penghasilan.....	41
4.2 Hasil Uji Validitas dan Realibitas.....	41
4.2.1 Uji Validitas.....	41
4.2.2 Hasil Uji Realibilitas.....	43
4.3 Uji Asumsi Klasik.....	43
4.3.1 Uji Normalitas.....	43
4.3.2 Uji Multikolineritas.....	45
4.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	46
4.4 Persamaan Regresi Linier Berganda.....	46
4.4 Hasil Uji Hipotesis.....	47
4.4.1 Hasil Uji <i>T</i> (Uji Parsial).....	47
4.4.2 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	48
4.5 Pembahasan / Interpretasi Data.....	48
BAB V PENUTUP.....	50
5.1 Kesimpulan.....	50
5.2 Saran.....	50
DAFTAR PUSTAKA.....	52
LAMPIRAN.....	57

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penjualan Apple Tahun 2022.....	2
Tabel 3.1 Waktu Penelitian.....	27
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	30
Tabel 3.3 Skala Likert.....	35
Tabel 4. 1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan.....	40
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	40
Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Penghasilan	41
Tabel 4.5 Uji Validitas Green Product (X1)	41
Tabel 4.6 Uji Validitas Environmental Knowledge (X2)	42
Tabel 4.7 Uji Validitas Social Media Marketing (X3).....	42
Tabel 4.8 Uji Validitas Green Purchase Intention (Y).....	42
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas	43
Tabel 4.10 Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov.....	43
Tabel 4.11 Uji Multikolinieritas.....	45
Tabel 4.12 Analisis Regresi Linier Berganda	46
Tabel 4.13 Uji T Parsial (Hipotesis)	47
Tabel 4.14 Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	48
Tabel 4.15 Interpretasi Data.....	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pendapatan Hijau Produk Apple	3
Gambar 1.2 Pendapatan Produk Apple	4
Gambar 2.1 Model Penelitian	26
Gambar 3.1 Desain Penelitian.....	28
Gambar 4.1 Grafik Histogram Residual	44
Gambar 4.2 Grafik Probability Plot	45
Gambar 4.3 Grafik Scatterplot	46

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Penelitian Terdahulu.....	57
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	61
Lampiran 3 Tabulasi Responden.....	64
Lampiran 4 Hasil Output SPSS.....	78

**THE INFLUENCE OF GREEN PRODUCT ENVIRONMENTAL
KNOWLEDGE AND SOCIAL MEDIA MARKETING ON APPLE PRODUCT
GREEN PURCHASE INTENTION ON GEN Z IN WEST CIKARANG**

Dimas Yogi Pratama ⁽¹⁾
Edy Saptono ⁽²⁾

Abstract

Rapid economic and technological growth has provided more convenience to human life and given rise to several environmental problems such as global warming. Global warming has had the impact of accelerating environmental changes around the world rapidly. This study aims to test and analyze the influence of Green Product (X1), Environmental Knowledge (X2), and Social Media Marketing (X3) on Green Purchase Intention (Y). This study uses a quantitative method. The population was taken from people domiciled in West Cikarang using a sample of 150 respondents using the Roscoe Sampling Technique and data analysis using multiple linear regression with the help of the SPSS version 25 application program. Based on the results of the partial T test calculation using SPSS Green Product (X1) has a significant effect on Green Purchase Intention (Y) with a value with an Estimate Coefficient value of 0.111. Environmental Knowledge (X2) had a significant effect on Green Purchase Intention (Y) with an Estimate Coefficient value of 0.176. and Social Media Marketing (X3) had a significant effect on Green Purchase Intention (Y) with an Estimated Coefficient value of 0.528. In this study, the variables of Social Media Marketing, Environmental Knowledge have a great influence with Estimate Coefficient values of 0.528 and 0.176. Meanwhile, the Green Product variable has an influence with a smaller Estimate Coefficient value of 0.111.

Keywords: Green Product, Environmental Knowledge, Social Media Marketing, Green Purchase Intention.

PENGARUH GREEN PRODUCT ENVIRONMENTAL KNOWLEDGE DAN SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP GREEN PURCHASE INTENTION PRODUK APPLE PADA GEN Z DI CIKARANG BARAT

Dimas Yogi Pratama ⁽¹⁾
Edy Saptono ⁽²⁾

ABSTRAK

Pertumbuhan ekonomi dan teknologi yang pesat telah memberikan lebih banyak kemudahan bagi kehidupan manusia dan menimbulkan beberapa masalah lingkungan seperti pemanasan global. Pemanasan global telah berdampak mempercepat perubahan lingkungan di seluruh dunia dengan cepat. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Green Product* (X1), *Environmental Knowledge* (X2), dan *Social Media Marketing* (X3) terhadap *Green Purchase Intention* (Y). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi diambil dari masyarakat yang berdomisili di Cikarang Barat dengan menggunakan sampel sebanyak 150 responden dengan menggunakan Teknik *Roscoe* Sampling dan analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan program aplikasi SPSS versi 25. Berdasarkan hasil perhitungan uji T parsial menggunakan SPSS *Green Product* (X1) berpengaruh signifikan terhadap *Green Purchase Intention* (Y) dengan nilai dengan nilai *Estimate Coefficient* sebesar 0,111. *Environmental Knowledge* (X2) berpengaruh signifikan terhadap *Green Purchase Intention* (Y) dengan nilai *Estimate Coefficient* sebesar 0,176. dan *Social Media Marketing* (X3) berpengaruh signifikan terhadap *Green Purchase Intention* (Y) dengan nilai *Estimated Coefficient* sebesar 0,528. Pada penelitian ini, variabel *Social Media Marketing*, *Environmental Knowledge* memiliki pengaruh yang besar dengan nilai *Estimate Coefficient* sebesar 0,528 dan 0,176. Sedangkan variabel *Green Product* berpengaruh dengan nilai *Estimate Coefficient* yang lebih kecil yaitu 0,111.

Kata Kunci: Produk Hijau, Pengetahuan Lingkungan, Sosial Media Marketing, dan Minat pembelian Ramah Lingkungan.