

HALAMAN MOTTO

"No flowers grow without rain, and no humans glow without pain. struggles shape us, challenges strengthen us, and pain teaches us resilience. Just like the rain nourishes the earth, tough times help us bloom into our best selves".



HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT atas berkatnya skripsi ini dapat selesai. Penulis mempersembahkan sebagai tanda terimakasih kepada:

1. Cinta pertama sekaligus panutan hidupku, Ayahanda Mohammad Asror dan pintu surgaku Ibunda Rohyati. Terimakasih atas cinta yang tak bertepi dan pengorbanan yang tak terhingga. Meski beliau tak sempat merasakan bangku perkuliahan, namun beliau telah memberikan segalanya hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai meraih gelar sarjana. Penulis percaya doa-doa beliau lah yang selalu menyelamatkan dan menuntun penulis melewati masa-masa sulit. Tak lupa kepada ketiga adik tercinta Febri Agung Nugroho, Mohamad Akbar Farizki, dan Ahmad Azzam Nurwahid yang selalu menjadi pelita semangat dalam setiap langkah.
2. Sepupuku, Riska Damayanti, S.M. dan Istiqomahtun Nurlaeli, yang selalu siap membantu dalam proses skripsi ini. Terimakasih atas doa, dukungan, dan motivasi yang berarti untuk penulis.
3. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Prada Sahrul Fitra Saputra. Terima kasih telah menjadi bagian dalam proses perjalanan hidup penulis menyusun skripsi. Berkontribusi baik tenaga, waktu, menemani, mendukung, serta menghibur penulis dalam kesedihan, mendengarkan keluh kesah dan meyakinkan penulis untuk pantang menyerah hingga penyusunan skripsi ini terselesaikan.
4. Teman-teman seperjuangan, Talisha Piknadia Ivanka, Ririn Apriliyanthi, Lintang Nareswarajati, Annisa Fitriana, Aisya Mahaestri, Apriliya Dwi Lestari.

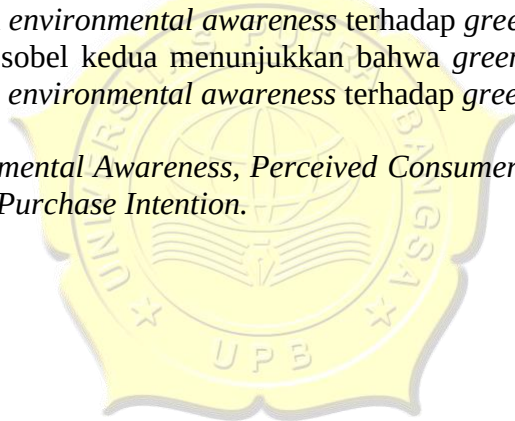
Khususnya yang selalu kebersamai dalam proses skripsi ini, saling menguatkan, dan berbagi tawa serta air mata. Terima kasih untuk cerita, pelukan hangat, dan semangat yang tak pernah padam.

5. Banyak pihak yang tak mampu penulis sebutkan satu per satu, namun setiap jejak kebaikan, uluran tangan, dan doa tulus yang hadir di sepanjang proses ini adalah bagian penting yang tak tergantikan. Terima kasih atas tawa, nasihat, dan bahu yang menguatkan dalam setiap proses yang penuh tantangan ini.
6. Dan yang terakhir untuk diri saya sendiri, Fadilah Muslihatun. Terima kasih sudah bertahan sejauh ini. Untuk malam-malam penuh tekanan, keraguan, dan air mata terimakasih karena tetap memilih melangkah meski jalan tak selalu ramah. Terima kasih atas apa yang hilang dari perjalanan hidup penulis membuat penulis semakin yakin, termotivasi, dan pantang menyerah. Kini telah sampai, maka berbahagialah selalu dimanapun berada. Apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Dengan kurang dan lebihmu mari merayakan keberanian itu.

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *environmental awareness* terhadap *green purchase intention* melalui *perceived consumer effectiveness* dan *green attitude* sebagai variabel *intervening* pada pengguna *reusable bag* Alfamart. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna *reusable bag* Alfamart. Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Berdasarkan metode statistika dilakukan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji normalitas), uji parsial (uji t), uji koefisien determinasi, analisis jalur (*path analysis*), dan uji Sobel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan hasil uji validitas dan reliabilitas seluruh variabel dinyatakan valid dan reliabel. Berdasarkan hasil uji t substruktural I, variabel *environmental awareness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived consumer effectiveness*. Hasil uji t substruktural II menunjukkan bahwa variabel *environmental awareness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *green attitude*. Hasil uji t substruktural III menunjukkan bahwa variabel *environmental awareness*, *perceived consumer effectiveness*, dan *green attitude* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *green purchase intention*. Selanjutnya, hasil uji sobel pertama menunjukkan bahwa *perceived consumer effectiveness* dapat memediasi pengaruh *environmental awareness* terhadap *green purchase intention*, sedangkan hasil uji sobel kedua menunjukkan bahwa *green attitude* tidak dapat memediasi pengaruh *environmental awareness* terhadap *green purchase intention*.

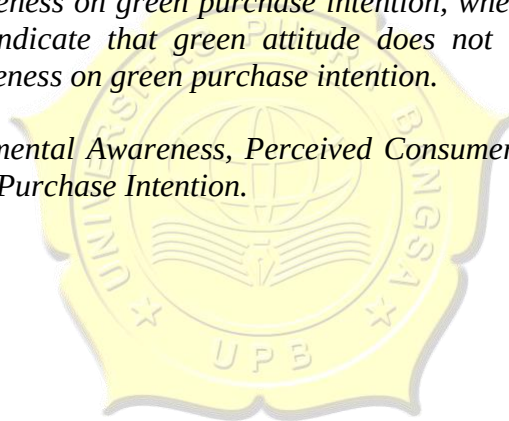
Kata kunci: *Environmental Awareness*, *Perceived Consumer Effectiveness*, *Green Attitude*, dan *Green Purchase Intention*.



ABSTRACT

This study aims to examine the effect of environmental awareness on green purchase intention through perceived consumer effectiveness and green attitude as intervening variables among Alfamart reusable bag users. The population of this study consisted of consumers who use Alfamart reusable bags. This study employed a purposive sampling method with a total sample of 100 respondents. The statistical analysis included validity testing, reliability testing, classical assumption tests (multicollinearity, heteroscedasticity, and normality tests), partial significance test (t-test), coefficient of determination (R^2), path analysis, and Sobel test. The results indicate that all research variables are valid and reliable. Based on the t-test results of the first substructural model, environmental awareness has a positive and significant effect on perceived consumer effectiveness. The second substructural model shows that environmental awareness has a positive and significant effect on green attitude. Furthermore, the third substructural model reveals that environmental awareness, perceived consumer effectiveness, and green attitude have positive and significant effects on green purchase intention. The results of the first Sobel test indicate that perceived consumer effectiveness mediates the effect of environmental awareness on green purchase intention, whereas the results of the second Sobel test indicate that green attitude does not mediate the effect of environmental awareness on green purchase intention.

Keywords: Environmental Awareness, Perceived Consumer Effectiveness, Green Attitude, and Green Purchase Intention.



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya yang telah memberikan kekuatan, kesehatan, dan kesabaran dalam mengerjakan skripsi ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh *Environmental awareness* terhadap *Green Purchase Intention* Produk *Reusable Bag* Alfamart melalui *Perceived Consumer Effectiveness* dan *Green Attitude* sebagai Variabel Intervening”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Strata-1 (S1) pada program studi Manajemen Universitas Putra Bangsa (UPB) Kebumen.

Skripsi ini merupakan salah satu tolak ukur keberhasilan penulis dalam mengimplementasikan dan mengimplikasikan ilmu yang didapat di bangku kuliah dengan realita kehidupan nyata, khususnya dalam bidang penelitian ilmiah. Penulis telah menyusun skripsi ini dengan segenap kemampuan yang ada, menggunakan analisis berdasarkan teori serta bantuan beberapa literatur. Penulis menyadari penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan yang perlu diperbaiki, dikarenakan masih terbatasnya ilmu pengetahuan yang dimiliki penulis.

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan baik fisik maupun motivasi dan dorongan dalam menyusun skripsi ini. Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Dr. Gunarso Wiwoho, S.E., M.M. selaku Rektor Universitas Putra Bangsa Kebumen.

2. Bapak Parmin, S.E., M.M. selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa Kebumen.
3. Ibu Eni Kaharti, S.E., M.Acc., Ak., CA., ACPA selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Seluruh dosen, staf, dan civitas akademika Universitas Putra Bangsa Kebumen atas ilmu, bantuan, dan fasilitas selama masa perkuliahan.
5. Kedua orang tua tercinta atas doa, dukungan moral dan material, serta kasih sayang yang tiada henti sebagai sumber semangat penulis.
6. Teman-teman penulis yang telah memberikan dukungan, doa, serta kerja sama selama proses penyusunan skripsi.

Semoga Allah SWT memberikan balasan dan pahala kepada semua pihak yang terlibat dalam proses penyusunan skripsi ini. Penulis berharap skripsi ini dapat menambah pustaka keilmuan dan bermanfaat bagi seluruh pihak yang berkepentingan.

Kebumen, 19 Mei 2026

Penulis,

Fadilah Muslihatun

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN.....	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAKSI.....	ix
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	19
1.3. Batasan Masalah	20
1.4. Tujuan Penelitian	23
1.5. Manfaat Penelitian	24
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	26
2.1. Tinjauan Teori.....	26
2.1.1. <i>Stimulus Organism Response (S-O-R)</i>	26
2.1.2. <i>Green Purchase Intention</i>	29
2.1.3. <i>Perceived Consumer Effectiveness</i>	33
2.1.4. <i>Green Attitude</i>	35
2.1.5. <i>Environmental awareness</i>	39
2.2. Penelitian Terdahulu	43
2.3. Hubungan Antar Variabel	56
2.3.1. Hubungan <i>Environmental awareness</i> dengan <i>Perceived Consumer Effectiveness</i>	56
2.3.2. Hubungan <i>Environmental awareness</i> dengan <i>Green Attitude</i>	58

2.3.3. Hubungan <i>Green Attitude</i> dengan <i>Green Purchase Intention</i>	60
2.3.4. Hubungan <i>Perceived Consumer Effectiveness</i> dengan <i>Green Purchase Intention</i>	61
2.3.5. Hubungan <i>Environmental awareness</i> dengan <i>Green Purchase Intention</i>	63
2.3.6. Hubungan <i>Environmental awareness</i> dengan <i>Green Purchase Intention</i> melalui <i>Perceived Consumer Effectiveness</i>	65
2.3.7. Hubungan <i>Environmental awareness</i> dengan <i>Green Purchase Intention</i> melalui <i>Green Attitude</i>	67
2.4. Model Empiris	69
2.5. Hipotesis	70
BAB III METODE PENELITIAN	71
3.1. Objek dan Subjek Penelitian.....	71
3.1.1. Objek Penelitian	71
3.1.2. Subjek Penelitian.....	71
3.2. Variabel Penelitian.....	71
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	72
3.4. Instrumen atau Alat Pengumpulan Data	76
3.5. Data dan Teknik Pengumpulan Data	78
3.5.1. Jenis Data.....	78
3.5.2. Teknik Pengumpulan Data	78
3.6. Populasi dan Sampel	79
3.6.1. Populasi	79
3.6.2. Sampel	80
3.6.3. Teknik Pengambilan Sampel.....	80
3.7. Teknik Analisis	82
3.7.1. Analisis Deskriptif.....	82
3.7.2. Analisis Statistik.....	82
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	96
4.1. Analisis Deskriptif	96
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan	96

4.1.2. Visi dan Misi	98
4.2. Analisis Deskriptif	99
4.2.1. Responden Berdasarkan Usia	99
4.2.2. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	100
4.2.3. Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	100
4.3. Analisis Statistik	101
4.3.1. Uji Instrumen.....	101
4.3.2. Uji Asumsi Klasik	105
4.3.3. Uji Hipotesis.....	115
4.3.4. Analisis Jalur	122
4.4. Pembahasan.....	134
BAB V SIMPULAN	147
5.1. Simpulan	147
5.2. Keterbatasan.....	150
5.3. Implikasi	152
5.3.1. Implikasi Praktis.....	152
5.3.2. Implikasi Teoritis.....	154
DAFTAR PUSTAKA.....	157
LAMPIRAN	162

DAFTAR TABEL

Tabel I-1 Top Brand Index Ritel Indonesia	13
Tabel II-1 Penelitian Terdahulu	52
Tabel III-1 Indikator dan Distribusi <i>Green Purchase Intention</i> pada Kuesioner ...	73
Tabel III-2 Indikator dan Distribusi <i>Perceived Consumer Effectiveness (PCE)</i> pada Kuesioner	74
Tabel III-3 Indikator dan Distribusi <i>Green Attitude</i> pada Kuesioner	75
Tabel III-4 Indikator dan Distribusi <i>Environmental awareness</i> pada Kuesioner ...	75
Tabel IV-1 Usia Responden	99
Tabel IV-2 Jenis Kelamin Responden.....	100
Tabel IV-3 Pekerjaan Responden.....	100
Tabel IV-4 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Environmental awareness</i> (X1)	102
Tabel IV-5 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Perceived Consumer Effectiveness</i> (Y1).....	103
Tabel IV-6 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Green Attitude</i> (Y2).....	103
Tabel IV-7 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Green Purchase Intention</i> (Y3)	104
Tabel IV-8 Hasil Uji Reliabilitas	105
Tabel IV-9 Hasil Uji Multikolinearitas Substruktural I	106
Tabel IV-10 Hasil Uji Multikolinearitas Substruktural II.....	106
Tabel IV-11 Hasil Uji Multikolinearitas Substruktural III	107
Tabel IV-12 Hasil Uji Parsial (Uji t) Substruktural I.....	116
Tabel IV-13 Hasil Uji Parsial (Uji t) Substruktural II.....	117
Tabel IV-14 Hasil Uji Parsial (Uji t) Substruktural III	117
Tabel IV-15 Ringkasan Hasil Uji Hipotesis	119
Tabel IV-16 Hasil Uji Koefisien Determinasi Substruktural I	119
Tabel IV-17 Hasil Uji Koefisien Determinasi Substruktural II	120
Tabel IV-18 Hasil Uji Koefisien Determinasi Substruktural III.....	121
Tabel IV-19 Hasil Uji Koefisien Jalur Substruktural I	123
Tabel IV-20 Hasil Uji Koefisien Jalur Substruktural II	124
Tabel IV-21 Hasil Uji Koefisien Jalur Substruktural III	126

Tabel IV-22 Hasil Uji Substruktural I.....	132
Tabel IV-23 Hasil Uji Substruktural II	132
Tabel IV-24 Hasil Uji Sobel Test I	132
Tabel IV-25 Hasil Uji Sobel Test II.....	133



DAFTAR GAMBAR

Gambar I-1 Sampah di Indonesia 2024.....	3
Gambar I-2 Jenis Produk Ramah Lingkungan Favorit Masyarakat Indonesia Tahun 2024	7
Gambar I-3 Alasan Konsumen Membeli Produk Ramah Lingkungan	9
Gambar IV-1 Hasil Uji Heteroskedastisitas Substruktural I.....	108
Gambar IV-2 Hasil Uji Heteroskedastisitas Substruktural II.....	109
Gambar IV-3 Hasil Uji Heteroskedastisitas Substruktural III	110
Gambar IV-4 Hasil Uji Normalitas Substruktural I	111
Gambar IV-5 Hasil Uji Normalitas Substruktural II.....	112
Gambar IV-6 Hasil Uji Normalitas Substruktural III	113
Gambar IV-7 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov.....	114



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian	163
Lampiran 2. Data Responden.....	166
Lampiran 3. Tabulasi Data Kuisisioner	171
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas	176
Lampiran 5. Hasil Uji Reliabilitas	178
Lampiran 6. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	179
Lampiran 7. Hasil Uji Hipotesis	184
Lampiran 8. Hasil Analisis Jalur.....	186
Lampiran 9. Hasil Uji Sobel.....	188
Lampiran 10. Tingkat signifikansi	189
Lampiran 11. Kartu Bimbingan Skripsi.....	195
Lampiran 12. Kartu Seminar.....	196

