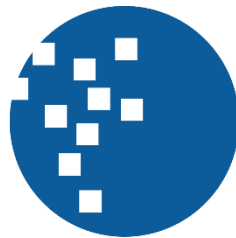


**ANALISIS PENGARUH *ENVIRONMENTAL VALUE* DAN
SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP *GREEN*
CONSUMPTION INTENTION GENERASI Z DAN
IMPLIKASINYA PADA *GREEN CONSUMPTION*
BEHAVIOR APPAREL SUKKHA CITTA**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Skripsi

Mitha Novi Aryanti

0000055035

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2023**

**ANALISIS PENGARUH *ENVIRONMENTAL VALUE* DAN
SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP *GREEN
CONSUMPTION INTENTION* GENERASI Z DAN
IMPLIKASINYA PADA *GREEN CONSUMPTION
BEHAVIOR APPAREL SUKKHA CITTA***



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Skripsi

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

Mitha Novi Aryanti

0000055035

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2023

i

Analisis Pengaruh Environmental Value dan Social Responsibility Terhadap Green Consumption Intention Generasi Z dan Implikasinya Pada Green Consumption Behavior Apparel Sukkha Citta,
Mitha Novi Aryanti, Universitas Multimedia Nusantara

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Mitha Novi Aryanti

Nomor Induk Mahasiswa : 00000055035

Program studi : Manajemen

Skripsi dengan judul:

ANALISIS PENGARUH *ENVIRONMENTAL VALUE* DAN *SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP *GREEN CONSUMPTION INTENTION* GENERASI Z DAN IMPLIKASINYA PADA *GREEN CONSUMPTION BEHAVIOR APPAREL SUKKHA CITTA*

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 11 Desember 2023



(Mitha Novi Aryanti)

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul

**ANALISIS PENGARUH *ENVIRONMENTAL VALUE* DAN
SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP *GREEN
CONSUMPTION INTENTION* GENERASI Z DAN
IMPLIKASINYA PADA *GREEN CONSUMPTION
BEHAVIOR APPAREL SUKKHA CITTA***

Oleh

Nama : Mitha Novi Aryanti

NIM : 00000055035

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada

Sidang Ujian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 4 Desember 2023

Pembimbing



Anna Riana Putriya, S.E., M.Si

0321107801

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O

0323047801

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

ANALISIS PENGARUH *ENVIRONMENTAL VALUE* DAN *SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP *GREEN CONSUMPTION INTENTION* GENERASI Z DAN IMPLIKASINYA PADA *GREEN CONSUMPTION BEHAVIOR APPAREL SUKKHA CITTA*

Oleh

Nama : Mitha Novi Aryanti

NIM : 00000055035

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis


Telah diujikan pada hari Senin, 18 Desember 2023

Pukul 15.00 s.d 17.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Angelina Theodora Ratna Primantina, S.E., M.M.

0313097403

Penguji



Elissa Dwi Lestari, S.Sos., M.S.M

0306088501

Pembimbing



Anna Riana Putriya, S.E., M.Si

0321107801

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O

0323047

iv

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mitha Novi Aryanti
NIM : 00000055035
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis
Jenis Karya : *Tesis/Skripsi/Tugas Akhir (*coret salah satu)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul.

ANALISIS PENGARUH ENVIRONMENTAL VALUE DAN SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP GREEN CONSUMPTION INTENTION GENERASI Z DAN IMPLIKASINYA PADA GREEN CONSUMPTION BEHAVIOR APPAREL SUKKHA CITTA

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 4 Desember 2023

Yang menyatakan,



(Mitha Novi Aryanti)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya panjatkan pada kehadiran Allah SWT berkat karunia dan rahmat-Nya, sehingga peneliti dapat menyusun skripsi dengan judul: **ANALISIS PENGARUH ENVIRONMENTAL VALUE DAN SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP GREEN CONSUMPTION INTENTION GENERASI Z DAN IMPLIKASINYA PADA GREEN CONSUMPTION BEHAVIOR APPAREL SUKKHA CITTA** dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen pada Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ibu Dr. Florentina Kurniasari T ., S.Sos., M.B.A., selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Anna Riana Putriya, S.E., M.Si., selaku Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya skripsi ini.
5. Angelina Theodora Ratna Primantina, S.E., M.M., selaku ketua sidang yang memberikan saran, masukan, serta kritik yang berharga selama sidang skripsi berlangsung.
6. Elissa Dwi Lestari, S.Sos., M.S.M., sebagai Dosen Penguji yang memberikan pandangan dan saran konstruktif, yang telah membantu peneliti dapat memperbaiki karya ini.
7. Kedua orang Tua yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman-teman peneliti Hanifah Dzaky Salsabila, Levana Julieta, Ditha Octavia, dan teman-teman lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang sudah turut membantu atas masukan, motivasi, serta dukungan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi.

9. Para responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner terkait penelitian ini.

Semoga skripsi yang telah dibuat dapat menjadi pembelajaran, sumber informasi, dan motivasi kedepan bagi pembaca khususnya mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 4 Desember 2023



(Mitha Novi Aryanti)

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

**ANALISIS PENGARUH ENVIRONMENTAL VALUE DAN
SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP GREEN
CONSUMPTION INTENTION GENERASI Z DAN
IMPLIKASINYA PADA GREEN CONSUMPTION
BEHAVIOR APPAREL SUKKHA CITTA**

(Mitha Novi Aryanti)

ABSTRAK

Sampah pada pakaian terus menumpuk perusahaan pakaian memiliki beberapa tantangan untuk menjaga lingkungan. Salah satu produk pakaian yang ramah lingkungan adalah Sukkha Citta. *Sustainable fashion* yang diproduksi oleh Sukkha Citta memiliki bahan alami dari tumbuhan. Banyaknya produk pakaian yang diproduksi di Indonesia, dengan itu Sukkha Citta harus bersaing dengan untuk memaksimalkan konsumen dapat berpindah konsumsi pakaian yang ramah lingkungan. Produk *sustainable fashion* yang dihasilkan oleh Sukkha Citta sangat memperhatikan dan menjawab permasalahan lingkungan. Namun untuk hal tersebut masih ada beberapa di antara konsumen mengkonsumsi pakaian tidak ramah lingkungan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif serta *non-probability sampling* dengan *judgmental sampling*. Memiliki 159 responden Gen Z yang diolah menggunakan SmartPLS versi 4. Fenomena dari penelitian ini dilihat dari *environmental value* dan *social responsibility* dengan tujuan akhir penelitian melihat *green consumption intention* dan *green consumption behavior of apparel*.

Kata kunci: *Sustainable fasion, Sukkha Citta, Green Consumption, Theory of Planned Behavior, Theory of reasoned Action, Gen Z*

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

***ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF ENVIRONMENTAL
VALUE AND SOCIAL RESPONSIBILITY ON THE GREEN
CONSUMPTION INTENTION OF GENERATION Z AND
ITS IMPLICATIONS ON GREEN CONSUMPTION
BEHAVIOR APPAREL SUKKHA CITTA***

(Mitha Novi Aryanti)

ABSTRACT (English)

Clothing waste continues to pile up. Clothing companies have several challenges to protect the environment. One of the environmentally friendly clothing products is Sukkha Citta. Sustainable fashion produced by Sukkha Citta has natural ingredients from plants. With the large number of clothing products produced in Indonesia, Sukkha Citta must compete with consumers to maximize their ability to eliminate consumption of environmentally friendly clothing. The sustainable fashion products produced by Sukkha Citta really pay attention to and answer environmental problems. However, there are still many consumers who consume clothes that are not environmentally friendly. The method used in this research is descriptive quantitative and non-probability sampling with judgmental sampling. There were 159 Gen Z respondents who were processed using SmartPLS version 4. The phenomenon of this research is seen from environmental values and social responsibility with the final aim of the research looking at environmentally friendly consumption intentions and environmentally friendly clothing consumption behavior.

Keywords: *Sustainable fashion, Sukkha Citta, Green Consumption, Theory of Planned Behavior, Theory of reasoned Action, Gen Z*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT (English)</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Batasan Penelitian	11
1.5 Manfaat Penelitian	12
1.6 Sistematika Penulisan	12
BAB II LANDASAN TEORI	15
2.1 Tinjauan Teori	15
2.1.1 <i>Environmental Value</i>	15
2.1.1.1 <i>Altruistic Values</i>	16
2.1.1.2 <i>Egoistic Values</i>	16
2.1.1.3 <i>Biospheric Values</i>	17
2.1.2 <i>Environmental Responsibility</i>	17
2.1.3 <i>Green Consumption Intention</i>	18
2.1.4 <i>Green Consumption Behavior of Apparel</i>	19
2.1.5 <i>Theory of Planned Behavior</i>	21

2.1.6 <i>Theory of Reasoned Action</i>	21
2.2 Model Penelitian	23
2.3 Pengembangan Hipotesis	24
2.3.1 Hubungan antara <i>environmental value</i> dengan <i>environmental responsibility</i>	24
2.3.2 Hubungan antara <i>environmental value</i> dengan <i>green consumption intention</i>	24
2.3.3 Hubungan antara <i>environmental value</i> dengan <i>green consumption behavior of apparel</i>	25
2.3.4 Hubungan antara <i>environmental responsibility</i> dengan <i>green consumption intention</i>	26
2.3.5 Hubungan antara <i>green consumption intention</i> dengan <i>green consumption behavior of apparel</i>	27
2.4 Penelitian Terdahulu	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	32
3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	32
3.1.1 Sukkha Citta.....	32
3.2 Peta Jalan Penelitian	36
3.3 Desain Penelitian.....	38
3.4 Sumber Data Primer dan Sekunder	41
3.4.1 Data Primer	41
3.4.2 Data Sekunder.....	41
3.5 Populasi.....	42
3.6 Teknik Sampling.....	42
3.7 Sampel	45
3.8 Menentukan Ukuran Sampel	46
3.9 Teknik Pengumpulan Data	47
3.10 Operasionalisasi Variabel	48
3.11 Teknik Analisis Data	64
3.12 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	64
3.12.1 Uji Validitas.....	64
3.12.2 Uji Reliabilitas.....	65

3.13 Analisis Data Penelitian	65
3.13.1 Analisis Data Main-Test Menggunakan <i>Structural Equation Model</i> (SEM).....	65
3.13.2 Tahapan PLS-SEM.....	66
3.14 Identifikasi Variabel Penelitian	69
3.14.1 Variabel Eksogen	69
3.14.2 Variabel Endogen	69
3.15 <i>Higher Order Construct</i>	70
3.16 Uji Hipotesis	72
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	73
4.1 Deskripsi Hasil Penelitian	73
4.2 Uji Intrument <i>Pre-test</i>	73
4.2.1 Uji Validitas <i>Pre-Test</i>	73
4.2.2 Uji Reliabilitas <i>Pre-Test</i>	74
4.3 Karakteristik Responden	76
4.3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	76
4.3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	76
4.3.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Anggaran per Bulan untuk Membeli Produk <i>Fashion</i>	77
4.3.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Kategori Produk Ramah Lingkungan yang Pernah Digunakan	78
4.3.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Membeli Produk <i>Sukkha Citta</i>	79
4.4 Analisis Deskriptif.....	80
4.4.1 <i>Egoistic Values</i>	81
4.4.2 <i>Altruistic Values</i>	83
4.4.3 <i>Biospheric Values</i>	85
4.4.4 <i>Environmental Responsibility</i>	86
4.4.5 <i>Green Consumption Intention</i>	88
4.4.6 <i>Green Consumption Behavior of Apparel</i>	90
4.5 Uji Intrumen <i>Main-Test</i>	93
4.5.1 Uji <i>Measurement Model</i> Tahap 1 (satu)	93

4.5.2 Uji <i>Measurement Model</i> Tahap 2 (Dua).....	95
4.6 Analisis <i>Higher Order Construct</i>	101
4.6.1 (<i>Outer</i>) Model <i>Measurement of Lower-Order Components</i>	102
4.6.2 <i>Validating Higher Order Construct</i>	106
4.7 Hasil Uji <i>Inner Model (Structural Model)</i>	108
4.8 Uji Hipotesis	110
4.9 Interpretasi Hasil Penelitian.....	113
4.9.1 Pengaruh <i>Environmental Value</i> Terhadap <i>Environmental Responsibility</i>	113
4.9.2 Pengaruh <i>Environmental Value</i> Terhadap <i>Green Consumption Intention</i>	114
4.9.3 Pengaruh <i>Environmental Value</i> Terhadap <i>Green Consumption Behavior of Apparel</i>	115
4.9.4 Pengaruh <i>Environmental Responsibility</i> Terhadap <i>Green Consumption Intention</i>	115
4.9.5 Pengaruh <i>Environmental Value</i> Terhadap <i>Green Consumption Behavior of Apparel</i> melalui <i>Environmental Responsibility</i> dan <i>Green Consumption Intention</i>	116
4.10 Implikasi Manajerial.....	117
4.10.1 Upaya Dalam Meningkatkan Pengaruh <i>Environmental Value</i> Terhadap <i>Environmental Responsibility</i>	117
4.10.2 Upaya Dalam Meningkatkan Pengaruh <i>Environmental Value</i> Terhadap <i>Green Consumption Intention</i>	118
4.10.3 Upaya Dalam Meningkatkan Pengaruh <i>Environmental Value</i> Terhadap <i>Green Consumption Behavior of Apparel</i> Pada <i>Sukkha Citta</i>	119
4.10.4 Upaya Dalam Meningkatkan Pengaruh <i>Environmental Responsibility</i> Terhadap <i>Green Consumption Intention</i>	121
4.10.5 Upaya Dalam Meningkatkan Pengaruh <i>Environmental Value</i> Terhadap <i>Green Consumption Behavior of Apparel</i> Melalui <i>Environmental Responsibility</i> dan <i>Green Consumption Intention</i>	122
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	126
5.1 Simpulan.....	126
5.2 Saran.....	128

5.2.1 Saran Bagi Perusahaan.....	128
5.2.2 Saran Bagi Universitas.....	129
5.2.3 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya	129
DAFTAR PUSTAKA	131
LAMPIRAN.....	135



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3.1 Tabel Operasionalisasi Variabel	50
Tabel 3.2 Tabel Operasionalisasi Variabel <i>Pre-Test 2</i>	57
Tabel 3.3 Kriteria Uji Validitas.....	64
Tabel 3.4 Kriteria Uji Reliabilitas	65
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas <i>Pre-Test</i>	72
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas <i>Pre-Test</i>	75
Tabel 4.3 Tabel Skala Interval Analisis Deskriptif.....	81
Tabel 4.4 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Dimensi <i>Egoistic Values</i>	81
Tabel 4.5 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Dimensi <i>Altruistic Values</i>	83
Tabel 4.6 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Dimensi <i>Biospheric Values</i>	85
Tabel 4.7 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Environmental Responsibility</i>	86
Tabel 4.8 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Green Consumption Intention</i>	88
Tabel 4.9 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Green Consumption Behavior of Apparel</i>	90

Tabel 4.10 Hasil <i>Measurement Model</i> Tahap 1 (Satu)	94
Tabel 4.11 Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> dan <i>Internal Consistency Reliability Main-Test</i>	96
Tabel 4.12 Hasil Uji <i>Discriminant Validity Main-Test</i>	98
Tabel 4.13 Hasil Uji <i>Fornell-Larcker Criterion Main-Test</i>	100
Tabel 4.14 Analisis <i>Measurement Outer Model</i>	102
Tabel 4.15 <i>Factor Loadings</i>	103
Tabel 4.16 <i>Fornell-Larcker Criterion Test</i>	104
Tabel 4.17 <i>Validity Higher Order Construct</i>	105
Tabel 4.18 Nilai R ²	107
Tabel 4.19 Uji Hipotesis	109

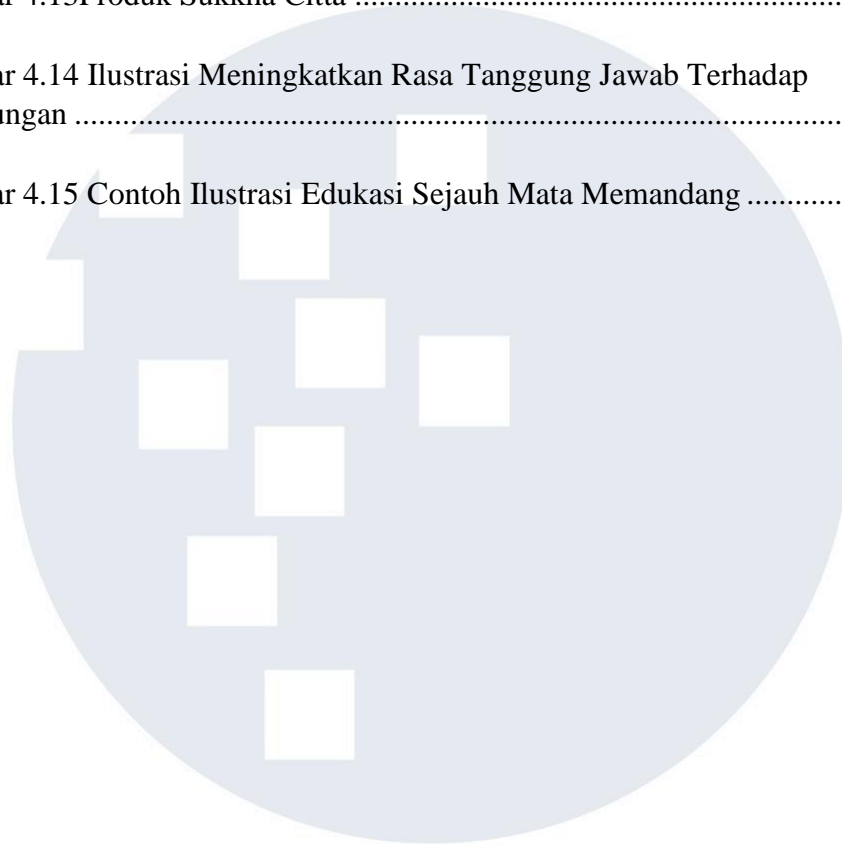


DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Prompt Manufacturing Index	1
Gambar 1.2 Barang yang Paling Sering Dibeli Konsumen Indonesia.....	2
Gambar 1.3 Barang dan Jasa Paling Sering Dibeli Masyarakat Indonesia	3
Gambar 1.4 Sampah Pakaian Makin Meningkat	4
Gambar 1.5 Persentase Komposisi Jenis Sampah.....	6
Gambar 2.1 Model Penelitian	23
Gambar 3.1 Logo Sukkha Citta.....	32
Gambar 3.2 Produk Pakaian Wanita dan Pria.....	34
Gambar 3.3 <i>Website</i> Sukkha Citta	35
Gambar 3.4 Sertifikasi Sukkha Citta.....	36
Gambar 3.5 Peta Jalur Penelitian	37
Gambar 3.6 Desain Penelitian.....	38
Gambar 3.7 Klasifikasi <i>Sampling Techniques</i>	42
Gambar 3.8 Proses Desain Sampling.....	45
Gambar 3.9 Tahapan PLS-SEM	67
Gambar 3.10 Contoh Variabel Eksogen	69

Gambar 3.11 Contoh Variabel Endogen	69
Gambar 3.12 <i>One Stage of the Disjoint Two Stage Approach</i>	71
Gambar 3.13 <i>Stage Two Specification Model Reflective Formatif pada Environmental Value</i>	71
Gambar 4.1 Data Jenis Kelamin Responden.....	76
Gambar 4.2 Data Usia Responden	77
Gambar 4.3 Data Anggaran per Bulan Responden Untuk Membeli Produk Pakaian	78
Gambar 4.4 Kategori Produk Ramah Lingkungan yang Pernah Digunakan Responden.....	79
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Pernah Membeli Produk Sukkha Citta	80
Gambar 4.6 Hasil Uji <i>Measurement Model</i> Tahap 1 (Satu).....	93
Gambar 4.7 Hasil Uji <i>Measurement Model</i> Tahap 2 (Dua).....	95
Gambar 4.8 Analisis <i>Stage One of the Two Stage Approach</i>	101
Gambar 4.9 Spesifikasi <i>Stage Two-Approach</i> yang Mencerminkan <i>Formatif Environmental Value</i>	105
Gambar 4.10 Hasil Uji Inner Model	106
Gambar 4.11 Hasil Hipotesis	111
Gambar 4.12 Contoh Ilustrasi Meningkatkan Nilai Lingkungan Pada Niat Konsumsi Ramah Lingkungan.....	117

Gambar 4.13 Produk Sukkha Citta	118
Gambar 4.14 Ilustrasi Meningkatkan Rasa Tanggung Jawab Terhadap Lingkungan	120
Gambar 4.15 Contoh Ilustrasi Edukasi Sejauh Mata Memandang	122



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Turnitin	133
Lampiran B Kuesioner	134
Lampiran C Jurnal Utama	145
Lampiran D <i>Pre-Test</i> dan <i>Main-Test</i>	171
FORMULIR KONSULTASI SKRIPSI PRODI MANAJEMEN	175

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

XX

Analisis Pengaruh Environmental Value dan Social Responsibility Terhadap Green Consumption Intention Generasi Z dan Implikasinya Pada Green Consumption Behavior Apparel Sukkha Citta,
Mitha Novi Aryanti, Universitas Multimedia Nusantara