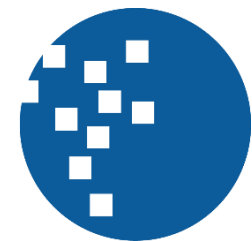


**IDENTIFIKASI FAKTOR FAKTOR PENENTU NIAT BELI
KONSUMEN PADA PRODUK *SUSTAINABLE FASHION*
PADA BRAND SARE STUDIO**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

JASSTIN VINCENSIUS

00000055578

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

**IDENTIFIKASI FAKTOR FAKTOR PENENTU NIAT BELI
KONSUMEN PADA PRODUK *SUSTAINABLE FASHION*
PADA BRAND SARE STUDIO**



Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

JASTIN VINCENSIOUS

00000055578

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

i

Identifikasi Faktor Faktor..., Jastin Vincensius, Universitas Multimedia Nusantara

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Jastin Vincensius

Nomor Induk Mahasiswa : 00000055578

Program Studi : Manajemen

Skripsi dengan judul:

“IDENTIFIKASI FAKTOR FAKTOR PENENTU NIAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK *SUSTAINABLE FASHION* PADA BRAND *SARE STUDIO*”

Merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan karya tulis 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 maupun dalam penulisan laporan karya tulis ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah yang telah saya tempuh.

Tangerang, 11 Juni 2025



10000
SPESIAL RIBU RUPIAH
METERAI
TEMPEL
1C6ECAMX170367397
Jastin Vincensius

ii

Identifikasi Faktor Faktor Penentu Niat Beli Konsumen Pada Produk Sustanaible Fashion Pada
Brand Sare Studio

ii

Identifikasi Faktor Faktor..., Jastin Vincensius, Universitas Multimedia Nusantara

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

IDENTIFIKASI FAKTOR FAKTOR PENENTU NIAT BELI

KONSUMEN PADA PRODUK *SUSTAINABLE FASHION*

PADA BRAND SARE STUDIO

Oleh :

Nama : Jastin Vincensius

NIM : 00000055578

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Rabu, 18 Juni 2025

Pukul 12.30 s.d 14.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Dr. Rajesh Pratyapal Singh, S.S., M.M,
NIDN: 0430107605

Penguji

Nosica Rizkalla, S.E., M.Sc.
0320089001

Pembimbing

Purnamaningsih, S.E., M.S.M, CBO
NIDN: 0323047801

Ketua Program Studi Manajemen

Purnamaningsih, S.E., M.S.M, CBO
NIDN: 0323047801

iv

Identifikasi Faktor Faktor..., Jastin Vincensius, Universitas Multimedia Nusantara

CS Dipindai dengan CamScanner

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul

**“IDENTIFIKASI FAKTOR FAKTOR PENENTU NIAT BELI
KONSUMEN PADA PRODUK *SUSTAINABLE FASHION*
PADA BRAND *SARE STUDIO*”**

Oleh

Nama : Jastin Vincensius
NIM : 0000055578
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 11 Juni 2025

Pembimbing



Purnamaningsih, S.E., M.S.M, CBO
NIDN: 0323047801

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih, S.E., M.S.M, CBO
NIDN: 0323047801

iii

Identifikasi Faktor Faktor Penentu Niat Beli Konsumen Pada Produk Sustainable Fashion Pada
Brand Sare Studio

 Dipindai dengan CamScanner

iv

Identifikasi Faktor Faktor..., Jastin Vincensius, Universitas Multimedia Nusantara

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Jastin Vincensius

NIM 00000055578

Program Studi : Manajemen

Jenjang : S1

Judul Karya Ilmiah : IDENTIFIKASI FAKTOR FAKTOR PENENTU
NIAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK SUSTAINABLE FASHION PADA
BRAND SARE STUDIO

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

☒ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.

☐ Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan letter of acceptance) **.

☐ Lainnya, pilih salah satu:

☐ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara

☐ Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun..

Tangerang, 11 Juni 2025



Jastin Vincensius

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul:

"IDENTIFIKASI FAKTOR FAKTOR PENENTU NIAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK *SUSTAINABLE FASHION* PADA BRAND SARE STUDIO"

Skripsi ini disusun sebagai bagian dari pemenuhan syarat akademik untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis, Universitas Multimedia Nusantara.

Saya menyadari bahwa proses penyusunan skripsi ini tidak lepas dari dukungan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak selama masa perkuliahan hingga tahap penyelesaian skripsi. Oleh karena itu, dengan tulus saya ingin menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Ir.Andrey Andoko, M.Sc, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara..
2. Prof. Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., M.B.A, selaku Dekan Fakultas Bisnis, Universitas Multimedia Nusantara
3. Ibu Purnamaningsih, S.E., M.S.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara;
4. Ibu Purnamaningsih, S.E., M.S.M, selaku Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini;.
5. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Pacar saya, Milka Angela Ong yang selalu mendengarkan keluh kesah saya dan memberikan dukungan agar semangat untuk terus melangkah maju;.

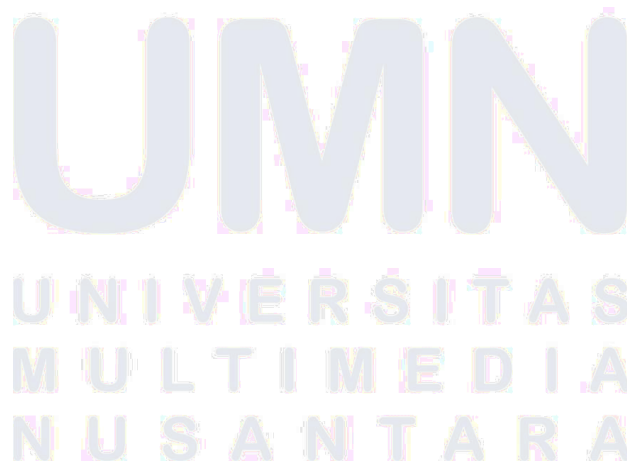
7. Diri saya sendiri atas semangat dan rasa pantang menyerah untuk menyelesaikan tugas akhir ini dengan tepat waktu.,

Semoga penyelesaian tugas akhir ini bermanfaat bagi para pembaca, serta menjadi salah satu faktor yang membantu penulis lulus tepat waktu, menjadi pembelajaran bagi penulis untuk terus berusaha yang terbaik dalam menyelesaikan tanggung jawab, dan dapat membanggakan orang tua.

Tangerang, 12 Juni 2025



Jastin Vincensius



IDENTIFIKASI FAKTOR FAKTOR PENENTU NIAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK *SUSTAINABLE FASHION* PADA BRAND SARE STUDIO

Jastin Vincensius

ABSTRAK

Pertumbuhan industri *fashion* global yang pesat turut menyumbang kerusakan lingkungan, mulai dari limbah tekstil hingga emisi mikroplastik. Di Indonesia, kondisi ini mendorong munculnya konsep *fashion* berkelanjutan, termasuk merek lokal seperti Sare Studio yang menggunakan bahan alami dan proses produksi yang ramah lingkungan. Namun, meskipun telah dikenal sebagai merek berkelanjutan, banyak konsumen yang belum memiliki niat beli yang tinggi terhadap produk ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi *purchase intention* (niat beli) konsumen terhadap produk dari Sare Studio. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode penelitian konklusif tipe deskriptif, serta pengolahan data dilakukan menggunakan perangkat lunak SmartPLS 4.0. Variabel yang diuji dalam penelitian ini meliputi Green Perceived Value, Green Perceived Quality, Perceived Price, Social Influence, Product Design, Environmental Concern, Environmental Knowledge, serta Product Attitude. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar variabel tersebut berpengaruh positif terhadap Product Attitude, dan Product Attitude secara signifikan mempengaruhi Purchase Intention. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sikap konsumen terhadap produk memainkan peran penting dalam meningkatkan niat beli terhadap produk *fashion* berkelanjutan. Temuan ini memberikan implikasi strategis bagi merek seperti Sare Studio dalam menyusun pendekatan edukatif dan komunikatif untuk meningkatkan kesadaran serta ketertarikan konsumen terhadap produk yang ramah lingkungan.

Kata kunci: *Green Perceived Value, Niat Beli, Sare Studio, Sikap terhadap Produk, Sustainable Fashion.*

IDENTIFIKASI FAKTOR FAKTOR PENENTU NIAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK *SUSTAINABLE FASHION* PADA BRAND SARE STUDIO

Jastin Vincensius

ABSTRACT

The rapid growth of the global fashion industry has contributed to environmental damage, ranging from textile waste to microplastic emissions. In Indonesia, this situation has encouraged the rise of Sustainable Fashion, including local brands like Sare Studio that use natural materials and environmentally friendly production processes. However, even though Sare Studio is known as a sustainable brand, many consumers still show low purchase intention toward its products. This study aims to identify the factors that influence consumers' purchase intention for Sare Studio products. A quantitative approach was used with a conclusive descriptive research design, and data was processed using SmartPLS 4.0. The variables tested in this study include Green Perceived Value, Green Perceived Quality, Perceived Price, Social Influence, Product Design, Environmental Concern, Environmental Knowledge, and Product Attitude. The results show that most of these variables have a positive influence on Product Attitude, and Product Attitude significantly affects Purchase Intention. It can be concluded that consumers' attitudes toward the product play a key role in increasing their intention to purchase Sustainable Fashion. These findings offer strategic insights for brands like Sare Studio to develop educational and communication strategies that raise consumer awareness and interest in environmentally friendly products..

Keywords: *Green Perceived Value, Product Attitude, Purchase Intention, Sare Studio, Sustainable Fashion*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN.....	v
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian.....	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	15
1.4 Manfaat Penelitian.....	15
1.5 Batasan Penelitian.....	16
1.6 Sistematika Penulisan.....	17
BAB II LANDASAN TEORI.....	19
2.1 Landasan Teori.....	19
2.1.1 <i>Green Perceived Value</i>	19
2.1.2 <i>Green Perceived Quality</i>	20
2.1.3 <i>Perceived Price</i>	21
2.1.4 <i>Social Influence</i>	22
2.1.5 <i>Product Design</i>	23
2.1.6 <i>Environment Concern</i>	24
2.1.7 <i>Environment Knowledge</i>	24
2.1.8 <i>Product Attitude</i>	25
2.1.9 <i>Purchase Intention</i>	26
2.2 Model Penelitian.....	26
2.3 Hipotesis.....	27

Penelitian Terdahulu	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	39
3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	39
3.2 Desain Penelitian	41
3.3 Prosedur Penelitian.....	46
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian.....	46
3.5 Teknik Pengumpulan Data	52
3.6 Identifikasi Variabel Penelitian.....	53
3.7 Operasional Tabel.....	54
3.8 Teknik Analisis Data.....	66
3.9 Teknik Penskalaan.....	73
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	75
4.1 Deskripsi Hasil Penelitian	75
4.2 Profil Responden Main-Test	75
4.3 Analisis Deskriptif.....	85
4.3.1 <i>Green Perceived Value</i>	86
4.3.2 <i>Green Perceived Quality</i>	88
4.3.3 <i>Perceived Price</i>	89
4.3.4 <i>Social Influence</i>	91
4.3.5 <i>Product Design</i>	92
4.3.6 <i>Environmental Concern</i>	94
4.3.7 <i>Environmental Knowledge</i>	95
4.3.8 <i>Product Attitude</i>	96
4.3.9 <i>Purchase Intention</i>	97
4.4 Uji Instrumen Pre-Test.....	99
4.4.1 Uji Validitas.....	99
4.4.2 Uji Reliabilitas	101
4.5 Uji Instrumen Main-Test	102
4.5.1 Measurement Model (Outer Model).....	103
4.5.2 Structural Model (Inner Model)	106

4.6 Uji Hipotesis	109
4.7 Interpretasi Hasil Penelitian.....	114
4.7.1 Pengaruh <i>Green Perceived Valued</i> terhadap <i>Product Attitude</i>	114
4.7.2 Pengaruh <i>Green Perceived Quality</i> terhadap <i>Product Attitude</i>	115
4.7.3 Pengaruh <i>Perceived Price</i> terhadap <i>Product Attitude</i>	116
4.7.5 Pengaruh <i>Product Design</i> Terhadap <i>Product Attitude</i>	118
4.7.6 Pengaruh <i>Environmental Concern</i> Terhadap <i>Product Attitude</i>	119
4.7.7 Pengaruh <i>Environmental Knowledge</i> Terhadap <i>Product Attitude</i>	120
4.7.8 Pengaruh <i>Product Attitude</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i>	121
4.8 Implikasi Manajerial.....	122
4.8.1 Upaya Meningkatkan <i>Green Perceived Value</i> terhadap <i>Product Attitude</i>	123
4.8.2 Upaya Meningkatkan <i>Green Perceived Quality</i> terhadap <i>Product Attitude</i>	124
4.8.3 Upaya Meningkatkan <i>Perceived Price</i> terhadap <i>Product Attitude</i>	125
4.8.4 Upaya Meningkatkan <i>Social Influence</i> terhadap <i>Product Attitude</i>	126
4.8.5 Upaya Meningkatkan <i>Product Design</i> terhadap <i>Product Attitude</i>	127
4.8.6 Upaya Meningkatkan <i>Product Attitude</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	128
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	129
5.1 Simpulan	129
5.2 Saran.....	130
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan	131
5.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya	132
DAFTAR PUSTAKA	133
LAMPIRAN	137

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Brand yang Sudah Ramah Lingkungan	8
Tabel 3. 1 Definisi Operasionalisasi Variabel.....	55
Tabel 3. 2 Syarat Uji Validitas	67
Tabel 3. 3 Syarat Uji Measurement Model (Outer Model)	71
Tabel 4. 1 Kategori Kelas Interval	86
Tabel 4. 2 Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel Green Perceived Value	86
Tabel 4. 3 Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel Green Perceived Quality	88
Tabel 4. 4 Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel Perceived Price.....	90
Tabel 4. 5 Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel Social Influence.....	91
Tabel 4. 6 Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel Product Design	92
Tabel 4. 7 Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel Environmental Concern	94
Tabel 4. 8 Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel Environmental Knowledge	95
Tabel 4. 9 Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel Product Attitude	96
Tabel 4. 10 Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel Purchase Intention	98
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Data Pre-Test.....	99
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas Data Pre-Test.....	101
Tabel 4. 13 Hasil Uji Measurement Model (Outer Model)	103
Tabel 4. 14 Data Cross-Loading	105
Tabel 4. 15 Data Fornell Larcker's	106
Tabel 4. 16 Structural Model (Inner Model)	107

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Komposisi Sampah Berdasarkan Jenis dan Sumber di Indonesia (2024)	2
Gambar 1. 2 negara produsen tekstil terbesar di Asia	3
Gambar 1. 3 Sungai Tercemar Limbah Mikroplastik	5
Gambar 1. 4 Data Orang Mengetahui Produk Sare Studio	11
Gambar 1. 5 Data tentang Pembelian Produk Sare Studio	11
Gambar 2. 1 Model Penelitian	27
Gambar 3. 1 Logo Sare Studio	39
Gambar 3. 2 Produk Lingewear dari SARE studio	40
Gambar 3. 3 Klasifikasi Marketing Research Design	41
Gambar 3. 4 Sampling Design Process	47
Gambar 3. 5 Klasifikasi Sampling Technique	50
Gambar 3. 6 Flowchart Model PLS-SEM	70
Gambar 4. 1 Profil Responden berdasarkan Gender	75
Gambar 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Umur	76
Gambar 4. 3 Profile Responden Berdasarkan Profesi	77
Gambar 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Domisili	78
Gambar 4. 5 Profil Responden berdasarkan Kegiatan ramah lingkungan yang pernah anda lakukan	79
Gambar 4. 6 Profil Responden Berdasarkan Produk Ramah Lingkungan Yang Pernah Di Beli	80
Gambar 4. 7 Profil Responden Berdasarkan Dimanakah Mereka Dapat Membeli Produk Ramah Lingkungan	81
Gambar 4. 8 Profil Responden Berdasarkan Brand Sustainable Fashion Yang Diketahui	82
Gambar 4. 9 Profile Responden Berdasarkan Anggaran Membeli Sustainable Fashion Setiap Bulan	83
Gambar 4. 10 Profile Responden Berdasarkan Yang Diketahui Tentang Sare Studio	84
Gambar 4. 11 Profile Responden Berdasarkan Brand Sustainable Fashion yang pernah dibeli	85
Gambar 4. 12 Structural Model (Inner Model) pada Model Penelitian	107
Gambar 4. 13 Hasil Uji Hipotesis Dalam Model Penelitian	110

Gambar 4. 14 bekerja sama penjahit lokal.....	123
Gambar 4. 15 Pembicara Event Pameran Fashion	124
..... Gambar 4. 16 Video Proses Produksi Sare Studio	
.....	125
Gambar 4. 17 Fashion Agnes Monica.....	126
Gambar 4. 18 Instagram Fuji Yang Memiliki Banyak Pengikut	127
Gambar 4. 19 Fashion Hasil Dari Sebastian Gunawan.....	128



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1. FORMULIR KONSULTASI SKRIPSI PRODI

MANAJEMEN..... 137

LAMPIRAN 2. HASIL OLAH DATA PRE-TEST 137

LAMPIRAN 3. HASIL OLAH DATA MAIN-TEST..... 146

LAMPIRAN 4 KUESIONER..... 149

LAMPIRAN 5 TURNITIN..... 169

LAMPIRAN 6. JURNAL UTAMA 184

