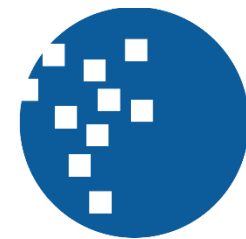


ANALISIS PENGARUH *PERCEIVED VALUE OF SUSTAINABLE PACKAGING*, *WILLINGNESS TO PAY*, *ENVIRONMENTAL CONCERN*, DAN *ATTITUDE TOWARDS SUSTAINABLE PACKAGING* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA PRODUK NESTLÉ DENGAN KEMASAN BERKELANJUTAN



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

Ananta Aditia

00000061681

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2024**

ANALISIS PENGARUH *PERCEIVED VALUE OF SUSTAINABLE PACKAGING*, *WILLINGNESS TO PAY*, *ENVIRONMENTAL CONCERN*, DAN *ATTITUDE TOWARDS SUSTAINABLE PACKAGING* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA PRODUK NESTLÉ DENGAN KEMASAN BERKELANJUTAN



SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen

Ananta Aditia

00000061681

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Ananta Aditia

Nomor Induk Mahasiswa : 00000061681

Program Studi : Manajemen

Skripsi dengan judul:

*ANALISIS PENGARUH PERCEIVED VALUE OF SUSTAINABLE
PACKAGING, WILLINGNESS TO PAY, ENVIRONMENTAL CONCERN, DAN
ATTITUDE TOWARDS SUSTAINABLE PACKAGING TERHADAP PURCHASE
INTENTION PADA PRODUK NESTLÉ DENGAN KEMASAN
BERKELANJUTAN*

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, 29 November 2024



(Ananta Aditia)

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul

ANALISIS PENGARUH *PERCEIVED VALUE OF SUSTAINABLE PACKAGING*, *WILLINGNESS TO PAY*, *ENVIRONMENTAL CONCERN*, DAN *ATTITUDE TOWARDS SUSTAINABLE PACKAGING* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA PRODUK NESTLÉ DENGAN KEMASAN BERKELANJUTAN

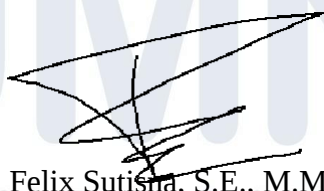
Oleh

Nama : Ananta Aditia
NIM : 00000061681
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 29 November 2024

Pembimbing



Felix Sutisna, S.E., M.M.
03037067701

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O.
0323047801

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

ANALISIS PENGARUH *PERCEIVED VALUE OF SUSTAINABLE PACKAGING*, *WILLINGNESS TO PAY*, *ENVIRONMENTAL CONCERN*, DAN *ATTITUDE TOWARDS SUSTAINABLE PACKAGING* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA PRODUK NESTLÉ DENGAN KEMASAN BERKELANJUTAN

Oleh

Nama : Ananta Aditia
NIM : 00000061681
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Jumat, 13 Desember 2024

Pukul 09.30 s.d 11.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Helena Dewi, S.E., M.S.M.
0310098303

Penguji



Tessa Handra, S.E., M.E.
0322058406

Pembimbing



Felix Sutisna, S.E., M.M.
0307067701

Ketua Program Studi



Purnamaningsih, S.E., M.S.M
0323047801

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ananta Aditia

NIM : 00000061681

Program Studi : Manajemen

Jenjang : S1

Judul Karya Ilmiah :

ANALISIS PENGARUH *PERCEIVED VALUE OF SUSTAINABLE PACKAGING, WILLINGNESS TO PAY, ENVIRONMENTAL CONCERN, DAN ATTITUDE TOWARDS SUSTAINABLE PACKAGING* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA PRODUK NESTLÉ DENGAN KEMASAN BERKELANJUTAN

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia* (**pilih salah satu**):

- ☒ 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, 29 November 2024



(Ananta Aditia)

* Pilih salah satu

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk dipublikasikan ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul “Analisis Pengaruh *Perceived Value Of Sustainable packaging, Willingness To Pay, Environmental Concern, Dan Attitude Towards Sustainable packaging Terhadap Purchase Intention* Pada Produk Nestlé Dengan Kemasan Berkelanjutan”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Multimedia Nusantara. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan dapat selesai tanpa dukungan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Dr. Florentina Kurniasari T., S. Sos., MBM., selaku Dekan Fakultas Bisnis, Universitas Multimedia Nusantara.
3. Purnamaningsih, S.E.,M.S.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen, Universitas Multimedia Nusantara.
4. Felix Sutisna, S.E., M.M., selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Teman dan sahabat saya khususnya Clara Cung, Mikael Felix, dan Bima Bhadra yang telah memberikan dukungan.

Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan praktik keberlanjutan di bidang pemasaran.

Tangerang, 29 November 2024



(Ananta Aditia)

ANALISIS PENGARUH *PERCEIVED VALUE OF SUSTAINABLE PACKAGING*, *WILLINGNESS TO PAY*, *ENVIRONMENTAL CONCERN*, DAN *ATTITUDE TOWARDS SUSTAINABLE PACKAGING* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA PRODUK NESTLÉ DENGAN KEMASAN BERKELANJUTAN

Ananta Aditia

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *perceived value of sustainable packaging*, *willingness to pay*, *environmental concern*, dan sikap terhadap kemasan berkelanjutan terhadap niat beli produk Nestlé dengan kemasan ramah lingkungan di Jakarta. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada meningkatnya perhatian global terhadap isu keberlanjutan, khususnya pengelolaan sampah plastik yang didorong oleh sektor FMCG (*Fast Moving Consumer Goods*). Sampah plastik menjadi tantangan besar karena sifatnya yang sulit terurai dan dampaknya terhadap lingkungan yang luas. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik analisis regresi linier berganda, menggunakan data dari 237 responden yang dikumpulkan melalui kuesioner online. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap niat beli (*purchase intention*) dengan kontribusi tertinggi berasal dari sikap terhadap kemasan berkelanjutan (*attitude towards sustainable packaging*). Penelitian ini menyimpulkan bahwa konsumen memiliki preferensi kuat terhadap produk berkemasan ramah lingkungan, terutama jika nilai tambahnya jelas dan relevan dengan keberlanjutan. Manfaat praktis penelitian ini adalah memberikan panduan kepada Nestlé dan perusahaan lain dalam merancang strategi pemasaran berbasis keberlanjutan, serta membantu pembuat kebijakan dalam menyusun regulasi yang mendukung penggunaan kemasan ramah lingkungan.

Kata Kunci: kemasan berkelanjutan, niat beli, keberlanjutan, perilaku konsumen, Nestlé

**ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF PERCEIVED VALUE
OF SUSTAINABLE PACKAGING, WILLINGNESS TO PAY,
ENVIRONMENTAL CONCERN, AND ATTITUDE TOWARDS
SUSTAINABLE PACKAGING ON PURCHASE INTENTION
OF NESTLÉ PRODUCTS WITH SUSTAINABLE
PACKAGING**

Ananta Aditia

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of perceived value of sustainable packaging, willingness to pay, environmental concern, and attitudes toward sustainable packaging on the purchase intention of Nestlé products with eco-friendly packaging in Jakarta. The research background is based on the increasing global focus on sustainability issues, particularly plastic waste management driven by the FMCG (Fast Moving Consumer Goods) sector. Plastic waste poses significant challenges due to its non-biodegradable nature and widespread environmental impact. The research employs a quantitative method using multiple linear regression analysis, drawing data from 237 respondents gathered through an online questionnaire. The findings indicate that all independent variables significantly influence purchase intention, with the highest contribution from attitudes toward sustainable packaging. This study concludes that consumers strongly prefer eco-friendly packaged products, particularly when the added value is clear and relevant to sustainability. The practical implications of this research provide guidance for Nestlé and other companies in designing sustainability-based marketing strategies and assist policymakers in creating regulations that support the adoption of sustainable packaging.

Keywords: sustainable packaging, purchase intention, sustainability, consumer behavior, Nestle.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian.....	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	13
1.4.1 Manfaat Teoritis	13
1.4.2 Manfaat Praktis	13
1.4.3 Manfaat Kebijakan.....	14
1.5 Batasan Penelitian	14
1.6 Sistematika Penulisan	14
BAB II LANDASAN TEORI	16
2.1 Tinjauan Teori.....	16
2.1.1 Manajemen Pemasaran	16
2.1.2 Pentingnya <i>Sustainable packaging</i> dalam Strategi Pemasaran.....	16
2.1.3 Integrasi <i>Sustainable packaging</i> dengan CSR	18
2.1.4 <i>Perceived Value of Sustainable packaging</i>	19
2.1.5 <i>Willingness to Pay</i>	20
2.1.6 <i>Environmental Concern</i>	22
2.1.7 <i>Attitude Towards Sustainable packaging</i>	24
2.1.8 <i>Purchase Intention</i>	25

2.2	Model Penelitian	27
2.3	Hipotesis	28
2.3.1	Pengaruh <i>Perceived Value of Sustainable packaging</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	28
2.3.2	Pengaruh <i>Willingness to Pay</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	29
2.3.3	Pengaruh <i>Environmental Concern</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> ...	31
2.3.4	Pengaruh <i>Attitudes Towards Sustainable packaging</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	32
2.4	Penelitian Terdahulu	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		37
3.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	37
3.2	Data Penelitian.....	41
3.3	Desain Penelitian	41
3.4	Populasi dan Sampel Penelitian	44
3.4.1	Populasi.....	44
3.4.2	Sampel.....	44
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.5.1	Periode Penelitian	50
3.5.2	Prosedur Penelitian	50
3.5.3	Skala Pengukuran.....	51
3.6	Variabel Penelitian	52
3.6.1	<i>Dependent Variable</i>	52
3.6.2	<i>Independent Variable</i>	52
3.7	Operasionalisasi Variabel.....	52
3.8	Teknik Analisis Data	56
3.8.1	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	56
3.9	Metode Analisis Data	57
3.9.1	Uji Asumsi Klasik	58
3.9.2	Uji Multikolinearitas	58
3.9.3	Uji Heteroskedastisitas	58
3.9.4	Uji Normalitas	59
3.9.5	Uji Analisis Regresi Linear Berganda	59
3.9.6	Koefisien Determinasi (R^2).....	60

3.9.7 Uji Statistik F (Simultan)	60
3.9.8 Uji Statistik T (Parsial).....	61
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	62
4.1 Karakteristik Responden	62
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	62
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	64
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	64
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	65
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	66
4.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengetahuan terkait Produk Nestlé dengan <i>sustainable packaging</i>	67
4.2 Analisis Deskriptif	67
4.2.1 <i>Perceived Value of Sustainable packaging</i>	68
4.2.2 <i>Willingness to Pay</i>	70
4.3.3 <i>Environmental Concern</i>	72
4.3.4 <i>Attitude Towards Sustainable packaging</i>	74
4.3.5 <i>Purchase Intention</i>	76
4.3 Uji Instrumen Pre-Test.....	78
4.3.1 Uji Validitas <i>Pre-Test</i>	78
4.3.2 Uji Reliabilitas <i>Pre-Test</i>	79
4.4 Uji Instrumen Main-Test.....	81
4.4.1 Uji Validitas <i>Main-Test</i>	81
4.4.2 Uji Reliabilitas <i>Main-Test</i>	83
4.5 Uji Asumsi Klasik	84
4.5.1 Uji Multikolinearitas	85
4.5.2 Uji Heteroskedastisitas	86
4.5.3 Uji Normalitas	87
4.6 Analisis Regresi Linear Berganda	89
4.7 Koefisien Determinasi (R^2)	90
4.8 Uji Statistik F (Simultan).....	91
4.9 Uji Statistik T (Parsial)	93
4.10 Interpretasi Hasil.....	94

4.10.1 Pengaruh <i>Perceived Value of Sustainable packaging</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> Produk Nestlé dengan Kemasan Berkelanjutan	94
4.10.2 Pengaruh <i>Willingness to Pay</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> Produk Nestlé dengan Kemasan Berkelanjutan	95
4.10.3 Pengaruh <i>Environmental Concern</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> Produk Nestlé dengan Kemasan Berkelanjutan	96
4.10.4 Pengaruh <i>Attitude Towards Sustainable packaging</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> Produk Nestlé dengan Kemasan Berkelanjutan	96
4.11 Implikasi Manajerial	97
4.11.1 Upaya dalam Meningkatkan <i>Perceived Value of Sustainable packaging</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> Produk Nestlé dengan Kemasan Berkelanjutan	97
4.11.2 Upaya dalam Meningkatkan <i>Willingness to Pay</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> Produk Nestlé dengan Kemasan Berkelanjutan	98
4.11.3 Upaya dalam Meningkatkan <i>Environmental Concern</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> Produk Nestlé dengan Kemasan Berkelanjutan	99
4.11.4 Upaya dalam Meningkatkan <i>Attitude Towards Sustainable packaging</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> Produk Nestlé dengan Kemasan Berkelanjutan	99
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	101
5.1 Simpulan	101
5.2 Saran	103
5.2.1 Bagi Perusahaan Nestlé	103
5.2.2 Bagi Industri FMCG	103
5.2.3 Bagi Pemangku Kebijakan	104
5.2.4 Bagi Peneliti Selanjutnya	105
LAMPIRAN	116

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	34
Tabel 3. 1 Skala Pengukuran	51
Tabel 3. 2 Definisi Operasional.....	53
Tabel 3. 3 Tabel Ukuran Validitas dan Nilai Disyaratkan.....	56
Tabel 4. 1 Kategori Penilaian Interval	68
Tabel 4. 2 Penilaian Deskriptif Perceived Value of Sustainable packaging ..	68
Tabel 4. 3 Penilaian Deskriptif Willingness to Pay	70
Tabel 4. 4 Penilaian Deskriptif Environmental Concern	72
Tabel 4. 5 Penilaian Deskriptif Attitude Towards Sustainable packaging	74
Tabel 4. 6 Penilaian Deskriptif Purchase Intention	76
Tabel 4. 7 Uji Validitas Pre-Test.....	79
Tabel 4. 8 Uji Reliabilitas Pre-Test.....	80
Tabel 4. 9 Uji Validitas Main-Test.....	81
Tabel 4. 10 Uji Reliabilitas Main-Test	83
Tabel 4. 11 Kesimpulan Uji T	93



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 SIPSN – Data Sampah Di Indonesia	4
Gambar 1. 2 Peluncuran Waste Dropbox bersama Waste4Change di Perkantoran Arkadia Green Park.....	10
Gambar 2. 1 Model Penelitian	27
Gambar 3. 1 Logo Nestle	37
Gambar 3. 2 Kemasan Berkelanjutan Dancow, Milo, Nescafe.....	39
Gambar 3. 3 Kemasan Berkelanjutan Smarties.....	40
Gambar 3. 4 Research Design Classification	42
Gambar 3. 5 Sampling Design Process.....	45
Gambar 3. 6 Sampling Techniques	47
Gambar 3. 7 Rumus Regresi Linear Berganda	59
Gambar 4. 1 Data Usia Responden.....	62
Gambar 4. 2 Data Jenis Kelamin Responden.....	64
Gambar 4. 3 Data Pendidikan Terakhir Responden	64
Gambar 4. 4 Data Status Pekerjaan Responden	65
Gambar 4. 5 Data Domisili Responden	66
Gambar 4. 6 Data Pengetahuan Responden	67
Gambar 4. 7 Data Uji Multikolinearitas	85
Gambar 4. 8 Uji Heteroskedastisitas.....	86
Gambar 4. 9 Hasil Histogram Uji Normalitas.....	87
Gambar 4. 10 Hasil Histogram Uji Normalitas.....	88
Gambar 4. 11 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov Test	88
Gambar 4. 12 Data Analisis Linear Berganda	89
Gambar 4. 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi	91
Gambar 4. 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi	92
Gambar 4. 15 Hasil Uji T	93

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Hasil Persentase Turnitin.....	116
Lampiran B Formulir Bimbingan	140
Lampiran C Uji Validitas dan Reliabilitas Pre-Test	143
Lampiran D Hasil Uji Main Test.....	149
Lampiran E Kuisioner.....	158
Lampiran F Jurnal Utama Penelitian.....	167

