

SKRIPSI
PENGARUH GPV TERHADAP NIAT BELI LEMONILO
DI JAKARTA: SIKAP KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI



DIAJUKAN OLEH :

NAMA : JOEY LAWRENCE
NIM : 115170090

UNTUK MEMENUHI SEBAGAIN SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

JAKARTA

2021

SKRIPSI
PENGARUH GPV TERHADAP NIAT BELI LEMONILO
DI JAKARTA: SIKAP KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI



DIAJUKAN OLEH :

NAMA : JOEY LAWRENCE
NIM : 115170090

UNTUK MEMENUHI SEBAGAIN SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

JAKARTA

2021

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama mahasiswa : Joey Lawrence Tantra
NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 116170000
Program Studi : SI Manajemen
Alamat : Rusun Lestari rawa buaya tower D
Lantai 10 No 11
Telp. : -
HP: 0858 1059 3966

Dengan ini saya menyatakan, apabila dalam pembastan skripsi ternyata saya:

1. Melakukan plagiat/ menyontek;
2. Mengutip tanpa menyebut sumbernya;
3. Menggunakan data fiktif atau memanipulasi data;
4. Melakukan riset perusahaan fiktif (hal ini Jurusan Akuntansi/Manajemen dapat konfirmasi langsung ke perusahaan terkait sesuai dengan surat risetnya).

Saya bersedia dikenakan sanksi berupa pembatalan skripsi dan diskors maksimal 2 (dua) semester. Kemudian apabila hal di atas terbukti setelah lulus ujian skripsi/komprehensif saya bersedia dinyatakan batal skripsi dan kelulusannya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 12 Juli 2021


METERAN
TEKAPOL
1006AJX297632566

Joey Lawrence Tantra

Nama Lengkap Mahasiswa

Catatan:

1. Asli dikembalikan ke jurusan Akuntansi/Manajemen dan difotocopy untuk mahasiswa yang bersangkutan.
2. Harap disertakan pada skripsi sebelum maupun setelah lulus ujian dan revisi.

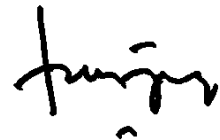
**UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA**

HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : JOEY LAWRENCE TANTRA
NIM : 115170090
PROGRAM /JURUSAN : S1/MANAJEMEN
KONSENTRASI : PEMASARAN
JUDUL SKRISPIS : PENGARUH GPV TERHADAP NIAT BELI
LEMONILO DI JAKARTA: SIKAP KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL
MEDIASI

Jakarta, 8 juli 2021

Pembimbing



(Dr. Hetty Karunia Tunjungsari S.E., M.si.)

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

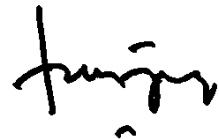
NAMA : JOEY LAWRENCE TANTRA
NIM : 115170090
PROGRAM /JURUSAN : S1/MANAJEMEN
KONSENTRASI : PEMASARAN
JUDUL SKRISPIS : PENGARUH GPV TERHADAP NIAT BELI
LEMONILO DI JAKARTA: SIKAP KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL
MEDIASI

Telah diuji pada ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 12 januari 2022 dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji terdiri dari atas :

1. Ketua penguji : Dr KENI,SE.,MM
2. Anggota I : Dr.HETTY KARUNIA TUNJUNGSARI,SE.,M.Si.
3. Anggota II : EDALMRN,SE.,MM

Jakarta,12 Januari 2022

Pembimbing



(Dr.Hetty Karunia Tunjungsari,SE.,M.Si.)

ABSTRACT

(A) JOEY LAWRENCE TANTRA

(B) *THE EFFECT OF GPV ON LEMONILO BUY INTENTION IN
JAKARTA : CONSUMER ATTITUDE AS A MEDIATION VARIABLE*

(C) MARKETING MANAGEMENT

(D) Abstract : *The purpose of this study is to examine the influence the effect GPV on purchase intention by mediation consumer attitudes. The Population of this research is 200 who eat Lemonilo in Jakarta. The method used in this study was convenience sampling by distributing questionnaires online which were then processed using smartPLS-SEM. The results of this study are social value and emotional value as mediation between Attitude and purchase intention. attitude can influence purchase intention. function value and kondisional value as mediation cannot strengthen or weaken the relationship of attitude to purchase intention.*

(E) Keywords : *Funtion Value, Kondisional Value, Emotion Value, Social Value, Purchase Intention, Attitude*

(F) REFERENCE 22

(G) Dr. HETTY KARUNIA TUNJUNGSARI S.E., Msi.

ABSTRAK

(A) JOEY LAWRENCE TANTRA 1115170090

(B) PENGARUH GPV TERHADAP NIAT BELI LEMONILO DI JAKARTA:
SIKAP KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

(C) 76 Halaman, 12 Tabel, 9 Gambar, 7 Lampiran

(D) MANAJEMEN MARKETING

(E) Tujuan dari pelajaran ini untuk menguji pengaruh GPV terhadap Niat Beli Lemonilo dengan sikap konsumen sebagai mediasi. Populasi sebesar 200 responden yang mengkonsumsi Lemonilo di Jakarta. Metode yang digunakan dalam penelitian ini convenience sampling dengan menyebarkan kuesioner secara online yang kemudian diolah menggunakan smartPLS-SEM. Hasil dari penelitian ini nilai sosial dan nilai emosional mediasi oleh sikap konsumen terhadap niat beli. Sikap konsumen mempengaruhi niat beli. Nilai fungsional dan nilai kondisional sebagai variabel mediasi yang tidak memperkuat dan memperlemah hubungan sikap konsumen terhadap niat beli.

(F) Kata kunci : Nilai Fungsional, Nilai Kondisional, Nilai Sosial, Nilai Emosional, Niat Beli, Sikap Konsumen

(G) Daftar Acuan 22

(H) Dr. HETTY KARUNIA TUNJUNGSARI, SE., M.Si.

“Bangkit, bangun dan tidak berhenti sampai tujuan tercapai”

-Swami Vivekanad

Karya sederhana ini saya persembahkan untuk:
Saya sendiri,
Seluruh keluarga,
Seluruh rekan seperjuangan,
Seluruh pengajar dan pembimbing yang terhormat

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kasih dan karunia-Nya sehingga proposal ini dapat diselesaikan dengan baik guna memenuhi syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara. Dalam menyusun proposal ini, penulis menyadari beberapa kendala dan kesulitan untuk menyelesaikannya. Dengan adanya panduan penulisan skripsi, bimbingan, dorongan dan motivasi dari berbagai pihak, proposal ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungannya dalam penyelesaian skripsi ini, khususnya kepada:

1. Hetty Karunia Tunjungsari, S.E.,Msi,Dr yang telah bersedia memberikan waktu, tenaga,motivasi, serta pengarahan yang sangat bermanfaat dan membantu penulis dalam penulisan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Sawidiji Widoatmodjo, S.E, MM., MBA selaku Dekan FakultasEkonomi Universitas Tarumanagara.
3. Bapak Dr. Keni S.E, MM.,Kepala Jurusan Manajemen Fakultas EkonomiUniversitas Tarumanagara yang telah bersedia memberikan waktudan pengarahan yang membantu dalampenulisan skripsi ini.
4. Bapak Franky Slamet, S.E.,M.M.,selaku Ketua Program Studi Manajemen.
5. Segenap dosen dan staf pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara yang telah membimbing dan mendidik penulis selama perkuliahan di Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.
6. Law Gwek Lan , Tan Andri Tantra selaku ayahku diatas, ibu yang selalu menemani hari-hariku, yang tidak pernah lelah memberikan dukungan berupa doa, motivasi, dan kasih sayang yang berlimpah sehingga proposal ini dapat diselesaikan.
7. teman-teman sekolahku angelita,jocelyn,tanti,vivian,dan jessica yang selalu menghibur, menemani, dan memotivasi penulis dengan sangat baik.

8. Kepada seluruh anggota grup untarian yang selalu mendukung dan memotivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.

9. Kepada teman bimbingan Vannesya, Rionaldo, Canny, Edi, Natashya dan Sabella yang turut membantu dalam penyusunan propoasal penelitian.

10. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan baik dalam isi, tata bahasa, dan penyusunan, mengingat kemampuan penulis yang terbatas. Oleh karena itu kritik dan saran dari pembaca akan bermanfaat bagi penulis. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembacanya.

Jakarta, 10 juli 2021

Penulis,

Joey Lawrence

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
 BAB I PENDAHULUAN	
A. PERMASALAHAN	
1. Latar Belakang Masalah	1
2. Identifikasi Masalah	2
3. Batasan Masalah	2
4. Rumusan Masalah	3
B. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN	
1. Tujuan Penelitian	5
2. Manfaat Penelitian	6
 BAB II LANDASAN TEORI	
A. Gambaran Umum Teori	7
B. Definisi Konseptual Variabel	8
C. Kaitan Antara Variabel-Variabel	13
D. Penelitian yang Relevan	15
E. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis	19

BAB III	METODE PENELITIAN	
A.	Desain Penelitian	21
B.	Populasi, Teknik Pengumpulan Sampel, dan Ukuran Sampel	21
C.	Operasional Variabel dan Instrumen	22
D.	Analisis Validitas dan Reliabilitas	26
1.	Hasil Analisis Validitas	27
2.	Hasil Analisis Reliabilitas	31
E.	Analisis Data	32
1.	Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model Analysis</i>)	32
2.	Uji Model Struktural (<i>Inner Model Analysis</i>)	33
3.	Uji Hipotesis Penelitian	33
4.	Uji Analisis Mediasi	34
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A.	Deskripsi Subjek Penelitian	36
B.	Deskripsi Objek Penelitian	40
C.	Hasil Analisi Data	
1.	Uji Model Struktural (<i>Inner Model Analysis</i>)	45
2.	Hasil Analisi Mediasi	47
3.	Hasil Hipotesis Penelitian	48
D.	Pembahasan	50
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
A.	Kesimpulan	53
B.	Keterbatasan dan Saran	54
	DAFTAR PUSTAKA	55
	DAFTAR LAMPIRAN	58
	DAFTAR RIWAYAT HIDUP	77
	HASIL PEMERIKASAAN TURNITIN	78

DAFTAR PUSTAKA

- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a Silver Bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139–152.
<https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679190202>
- Hair, J., 2014. *Multivariate data analysis*. Edinburg: Pearson.
- Hair, J., Hult, G., Ringle, C. and Sarstedt, M., 2017. *A primer on partial least squares structural equations modeling (PLS-SEM)*. Thousand Oaks [etc.]: SAGE.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Ii, B. A. B., Niat, P., & Konsumen, B. (2006). *Selanjutnya Lafferty & Goldsmith (2004) menjelaskan bahwa niat beli adalah hasrat dan kecenderungan konsumen untuk membeli produk yang diiklankan di masa yang akan datang*. Zafar & Mahira (2013) 17. 1991, 17–43.
- Riyanto, V., & Tunjungsari, K. (2020). *Kualitas Layanan dan Nilai yang Dipersepsikan terhadap Niat Pembelian Pengguna Jasa MRT dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediasi*. II(3), 838–846.
- Mahmud, M. Z., Pascasarjana, D. P., & Malang, U. M. (2020). *Pengaruh green perceived value terhadap niat beli dengan citra produk dan reputasi perusahaan sebagai mediator*.
- Mai Cruz, M. U., & Prabawani, B. (2017). Konsumen Ramah Lingkungan: Perilaku Konsumsi Hijau Civitas Academica Universitas Diponegoro. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(1), 39–47. <https://doi.org/10.14710/jab.v6i1.16605>
- Malhotra, N.K.(2010). *Marketing Research : An applied orientation* (6th ed.).Pearson Education.

- Misnadiarly. (2008). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title. 5–26.
- Pratama, M. A. (2014). Pengaruh Green Perceived Value, Green Perceived Risk Dan Green Trust Terhadap Green Purchase Intention Lampu Philips LED di Surabaya M. Ashar Pratama. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 3(1), 1–20.
- Produk, P. P., Produk, K., Terhadap, D. A. N. E., Pembelian, N., Max, P., & Ulrica, T. (2021). *Universitas Tarumanagara Melalui Website Sociolla Di Jakarta. III*(2), 491–499.
- Reinartz, W. J., Haenlein, M., & Henseler, J. (2009). An empirical comparison of the efficacy of covariance-based and variance-based SEM. *international journal of research in marketing*.
- Supriadi, B., & Roedjinandari, N. (2016). Investigasi Green Hotel Sebagai Alternatif Produk Ramah Lingkungan. *GreenTechnology Innovation, February*, 1–9.
- Sari W, M. Riza Firdaus, Ikhwan Ikhwan. KEPUASAN DENGAN PERMAINAN, IDENTIFIKASI KARAKTER DAN NILAI KONSUMSI TERHADAP NIAT BELI BARANG VIRTUAL (STUDI PADA PEMAIN DOTA 2 DI INDONESIA). *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*. 2018;19(2):711-720. Accessed April 7, 2021. <http://www.ejournal.unigamalang.ac.id/index.php/JEM/article/view/344>
- Sigit, Murwanto. “Pengaruh Sikap Dan Norma Subyektif Terhadap Niat Beli Mahasiswa Sebagai Konsumen Potensial Produk Pasta Gigi Close Up.” *Jurnal Siasat Bisnis*, vol. 11, no. 1, 23 Apr. 2006, pp. 81–91, 10.20885/jsb.vol11.iss1.art6. Accessed 10 Apr. 2020.
- sekar, U., & Bougie, R. (2013). *Research methods for business: A skill-building approach* (6th ed.). Wiley
- WAHYU FEBRIANTO, K., & ARTANTI, Y. (2018). Pengaruh Nilai Konsumsi Terhadap Niat Beli Virtual Item Kustomisasi Hero (Studi Pada Pemain

Defence of the Ancient 2). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 7(2), 471–477.

Woo, E., & Kim, Y. G. (2019). Consumer attitudes and buying behavior for green food products: From the aspect of green perceived value (GPV). *British Food Journal*, 121(2), 320–332. <https://doi.org/10.1108/BFJ-01-2018-0027>

<https://www.mongabay.co.id/2020/04/25/polusi-udara-pembunuh-senyap-di-jabodetabek/>

<https://www.alodokter.com/makanan-organik-sudah-pasti-lebih-sehat>

<https://www.klikdokter.com/rubrik/read/2904264/mengenal-4-jenis-makanan-organik>

<https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20151213072810-262-97836/kembali-ke-alam-lewat-makanan-organik>

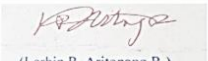
DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Joey Lawrence Tantra
Jenis Kelamin : Perempuan
Kewarganegaraan : Indonesia
Agama : Buddha
Tempat/ Tanggal Lahir : Jakarta, 19 Maret 1999
Alamat : Rusun Lokbin Rawa Buaya Tower D Lantai 10 no
11, Jak-bar
Riwayat Pendidikan : 2017-Sekarang Universitas Tarumanagara
2014-2017 SMA Dharma Suci
2011-2014 SMP Dharma Suci
2005-2011 SD Dharma Suci

HASIL PEMERIKASA TURNITIN

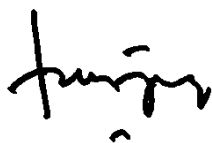
Nama : Joey Lawrence

Nim :115170090

Turnitin Originality Report	
Processed on: 24-Jul-2021 21:25 WIB ID: 1623454391 Word Count: 8418 Submitted: 1	 (Lerbin R. Arintonang R.) Manajemen Litbang FE UNTAR
Similarity Index 14%	Similarity by Source Internet Sources: 13% Publications: 5% Student Papers: N/A
PENGARUH GPV TERHADAP NIAT BELI LEMONILO YANG DIMODERASI SIKAP KONSUMEN DIJAKARTA-By Sm Joey Lawrence	
5% match (Internet from 22-Feb-2021) https://core.ac.uk/download/pdf/287302222.pdf	
2% match () "Lemonilo". Wikipedia. id. 2021	
2% match (Internet from 24-Oct-2019) http://digilib.unila.ac.id/59526/3/SKRIPSI%20TANPA%20BAB%20PEMBAHASAN.pdf	
1% match () ANI, NUR AIDA FITRI, Khairul, Imam, S.H.I., M.S.I., "ANALISIS THEORY OF PLANNED BEHAVIOR TERHADAP NIAT BELI MAKANAN BERLABEL HALAL PADA KONSUMEN NON MUSLIM DI SOLORAYA", 2018	
1% match () PRIHATININGSIH, NUR, Septi, Kurnia Prastiwi, S.E., M.M. "HALAMAN JUDUL PENGARUH SIKAP, NORMA SUBJEKTIF, DAN PERSEPSI KONTROL PERILAKU TERHADAP NIAT BELI PADA PRODUK HALAL SHAMPOO SARIAYU HIJAB CARE", 2019	
1% match (Internet from 12-Nov-2020) https://123dok.com/document/zwynkd7q-penggunaan-consumer-decision-model-pengukuran-pengenalan-caramel-surabaya.html?utm_source=related_list	
1% match (publications) Priskila Gissela Marlia Walangitan, Joyce S.L.H.V Lapijan, Jacky S.B Sumarauw, "PERBEDAAN FINTECH PEER TO PEER LENDING ANTARA GENERASI X DAN GENERASI Y DALAM MODEL BEHAVIORAL INTENTION DI MANADO", JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi), 2020	
1% match (Internet from 19-May-2021) http://repository.wsu.ac.id/bitstream/handle/123456789/1161/150521011.pdf?isAllowed=y&sequence=1	
1% match (Internet from 12-Mar-2021) https://www.mongabay.co.id/2020/04/25/polusi-udara-pembunuh-senyap-di-jabodetabek/	
1% match (Internet from 23-Nov-2020) https://www.alodokter.com/makanan-organik-sudah-pasti-lebih-sehat	

Jakarta,14 agustus 2021

Pembimbing,



(Hetty Karunia Tunjungsari S.E.,M.si,Dr.)

