

**PENGARUH *GREEN MARKETING* DAN *GREENWASHING* TERHADAP
KEPUTUSAN PENGGUNAAN LAYANAN GRAB: PERAN MODERASI
PENGETAHUAN LINGKUNGAN**

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun Oleh

Irvan Ahmad Mahmudi

NPM : 210325955

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ATMA JAYA

YOGYAKARTA

2025

SKRIPSI
**PENGARUH *GREEN MARKETING* DAN *GREENWASHING* TERHADAP
KEPUTUSAN PENGGUNAAN LAYANAN GRAB: PERAN MODERASI
PENGETAHUAN LINGKUNGAN**



Disusun Oleh :

Irvan Ahmad Mahmudi

NPM: 210325955

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing

Oscar Chrismadian Noventa, SE., M.Sc

7 Oktober 2025

SKRIPSI

**PENGARUH *GREEN MARKETING* DAN *GREENWASHING* TERHADAP
KEPUTUSAN PENGGUNAAN LAYANAN GRAB: PERAN MODERASI
PENGETAHUAN LINGKUNGAN**

Yang telah dipersiapkan dan disusun oleh

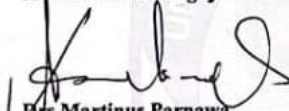
Irvan Ahmad Mahmudi

NPM: 210325955

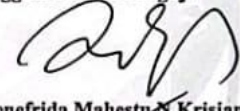
Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal 10 September 2025 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1) Program Studi Manajemen

Susunan Panitia Penguji

Ketua Panitia Penguji


**Drs. Martinus Parnawa
Putranta, MBA., Ph.D.**

Anggota Panitia Penguji


**Wenefrida Mahestu N. Krisjanti, SE., M.Sc, IB,
Ph.D**


Oscar Christmadian Noventa, SE., M.Sc

Yogyakarta, 24 Juni 2025

**Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta**


Wenefrida Mahestu N. Krisjanti, SE., M.Sc, IB, Ph.D

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul :

**PENGARUH *GREEN MARKETING* DAN *GREENWASHING* TERHADAP
KEPUTUSAN PENGGUNAAN LAYANAN GRAB : PERAN MODERASI
PENGETAHUAN LINGKUNGAN**

benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan secara langsung maupun tidak langsung yang dicantumkan dan bersumber dari tulisan atau ide orang lain telah dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini pada catatan perut dan daftar pustaka. Jika dikemudian hari terbukti bahwa saya telah melakukan plagiasi bagian sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini maka gelar dan ijazah yang saya peroleh akan dinyatakan batal dan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 9 Agustus 2025



Irvan Ahmad Mahmudi

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur peneliti haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Green Marketing* dan *Greenwashing* Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Grab : Peran Moderasi Pengetahuan Lingkungan” Penulisan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S1) pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Peneliti menyadari bahwa terselesaikannya skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kepada Tuhan Yang Maha Esa yang selalu hadir membimbing, menyertai, serta melimpahkan Rahmat dan hidayah, kesehatan, semangat, dan ketenangan selama proses penyusunan skripsi ini, mulai dari awal hingga selesai.
2. Kepada diri penulis sendiri karena sudah berani untuk melanjutkan kehidupan dan bertanggung jawab atas segala Keputusan yang sudah diambil.
3. Bapak Oscar Chrismadian Noventa, S.E., M.Sc, selaku dosen pembimbing, yang dengan penuh kesabaran, ketulusan, dan komitmen senantiasa meluangkan waktu untuk membimbing, mengarahkan, serta memberikan motivasi kepada peneliti dalam menyusun skripsi ini.
4. Almarhum Bapak penulis Suroso karena sudah selalu mendukung penulis dari semester 1 sampai semester 8.
5. Kepada almarhumah Ibu Sutini karena sudah melahirkan dan merawat penulis sehingga masih kuat sampai sekarang.
6. Kepada Asyifa Rizqiati selaku adik penulis, terimakasih karena sudah menjadi penguat untuk penulis sehingga tetap berani melanjutkan hidup dan penulis mengucapkan terimakasih karena mau bertahan sejauh ini untuk melanjutkan hidup tanpa adanya bimbingan kedua orang tua.
7. Bapak Darmanto dan Ibu Ninik yang sudah menjadi orang tua penulis selama melakukan studi S1 di jogja.
8. Kepada Mas Heri dan Guntur selaku kakak sepupu dan teman penulis yang sudah membantu untuk mengurus pekerjaan sehingga penulis bisa mengerjakan

skripsi ini sampai selesai.

9. Kepada seluruh keluarga tercinta, atas segala perhatian, doa, semangat, dukungan moral, doa dan dukungan finansial yang tak henti-hentinya diberikan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini berlangsung.
10. Kepada Vanes Sanjaya teman sekaligus sahabat yang selama masa studi sudah membantu penulisan dalam kehidupan maupun tugas dalam kuliah.
11. Kepada teman-teman perkuliahan yang selama ini sudah mau bertukar cerita, bertukar ilmu dan pengalaman, kebersamai dalam suka dan duka.
12. Seluruh Responden yang membantu mengisi kuisioner dalam penelitian ini.

Yogyakarta, 9 Agustus 2025



Irvan Ahmad Mahmudi

**PENGARUH *GREEN MARKETING* DAN *GREENWASHING* TERHADAP
KEPUTUSAN PENGGUNAAN LAYANAN GRAB:PERAN MODERASI
PENGETAHUAN LINGKUNGAN**

Disusun Oleh:

Irvan Ahmad Mahmudi

NPM: 210325955

Pembimbing :

Oscar Chrismadian Noventa, S.E., M.Sc.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *green marketing* dan *greenwashing* terhadap keputusan penggunaan layanan grab, dengan pengetahuan lingkungan sebagai variabel moderasi. Latar belakang penelitian ini didasari oleh meningkatnya tren pemasaran berbasis keberlanjutan di sektor layanan transportasi digital, dimana perusahaan berlomba untuk menampilkan citra ramah lingkungan untuk menarik konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner dengan *g-form* kepada pengguna layanan grab. Sebanyak 133 responden dilibatkan dalam penelitian ini, yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Analisis data dilakukan dengan regresi linier sederhana dan uji moderasi menggunakan alat bantu SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *green marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen. *Greenwashing* juga ditemukan berpengaruh negatif terhadap kepercayaan konsumen. Kepercayaan konsumen berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan layanan grab. Selain itu, pengetahuan lingkungan terbukti memoderasi positif hubungan antara *green marketing* dan kepercayaan konsumen dalam keputusan penggunaan layanan grab, dan pengetahuan lingkungan terbukti memoderasi positif hubungan antara kepercayaan konsumen dan keputusan penggunaan layanan grab. Temuan ini memberikan implikasi bahwa perusahaan perlu memastikan strategi *green marketing* yang dijalankan secara nyata dan konsisten, serta menghindari praktik *greenwashing* untuk membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen.

Keywords: *Green Marketing*, *Greenwashing*, Kepercayaan Konsumen, Keputusan Penggunaan, Pengetahuan Lingkungan, grab.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
Abstrak.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL DAN GAMBAR.....	xi
BAB 1	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Batasan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	6
1.6 Sistematika Penulisan	7
BAB II	8
TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1. <i>Green Marketing</i>	8
2.1.2 <i>Greenwashing</i>	9
2.1.3. Kepercayaan Konsumen.....	10
2.1.4. Pengetahuan Lingkungan.....	11
2.1.5. Keputusan Penggunaan	13
2.2 Penelitian Terdahulu.....	14
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	24
2.3.1. Pengaruh <i>Green Marketing</i> terhadap kepercayaan konsumen	24
2.3.2. Pengaruh <i>Greenwashing</i> terhadap kepercayaan konsumen.....	25
2.3.3. Pengaruh kepercayaan konsumen terhadap keputusan penggunaan layanan grab	26
2.3.4. Pengetahuan lingkungan memoderasi hubungan antara <i>green marketing</i> dan kepercayaan konsumen dalam keputusan penggunaan layanan grab.	27
2.3.5. Pengetahuan lingkungan memoderasi hubungan antara kepercayaan konsumen dan keputusan penggunaan layanan grab.....	27

2.4 Kerangka Penelitian.....	28
BAB III.....	30
METODE PENELITIAN	30
3.1 Bentuk Penelitian	30
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	31
3.2.1 Populasi	31
3.2.2 Sampel Penelitian	31
3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	32
3.3 Sumber Data	32
3.4 Teknik Pengumpulan Data	33
3.5 Metode Pengukuran Data.....	34
3.6 Definisi Operasional.....	34
3.7 Metode Pengujian Instrumen.....	37
3.7.1 Profil Responden	37
3.7.2 Uji Validitas	39
3.7.3 Uji Reabilitas	39
3.8 Metode Analisis Data	40
3.8.3 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	40
3.8.4 Moderated Regression Analyze (MRA).....	41
3.8.5 Uji t.....	41
3.8.6 Koefisien Determinasi (<i>R Square</i>).....	41
BAB IV	43
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1 Uji Profil Responden	43
4.2 Uji Validitas dan Uji Reabilitas	47
4.2.1 Uji Validitas	47
4.2.2 Uji Reliabilitas	48
4.5 Pengujian Hipotesis.....	49
4.5.1 Analisis Regresi Linear sederhana.....	49
4.5.2 Uji Statistik t.....	51
4.5.3 Koefisien Determinasi (<i>R Square</i>).....	53
4.5.4 <i>MRA (Moderated Regression Analyze)</i>	54

4.5.5 Uji Statistik t.....	56
4.5.6 Koefisien Determinasi (<i>R Square</i>).....	57
4.6 Pembahasan	59
4.6.1 <i>Green marketing</i> oleh grab berdampak positif terhadap kepercayaan konsumen.	59
4.6.2 <i>Greenwashing</i> oleh grab berdampak negatif terhadap kepercayaan konsumen.	60
4.6.3 Pengaruh kepercayaan konsumen terhadap keputusan penggunaan layanan grab.61	
4.6.4 Pengetahuan lingkungan secara positif memoderasi hubungan antara <i>green marketing</i> dan kepercayaan konsumen dalam keputusan penggunaan layanan grab.	62
4.6.5 Pengetahuan lingkungan secara positif memoderasi hubungan antara kepercayaan konsumen dan keputusan penggunaan layanan grab.	63
BAB V.....	65
PENUTUP.....	65
5.1 Kesimpulan	65
5.2 Implikasi Manajerial.....	66
5.3 Keterbatasan Penelitian	66
5.4 Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN.....	71

DAFTAR TABEL DAN GAMBAR

TABEL 1 . 1 STATISTIKA TRANSPORASI RAMAH LINGKUNGAN DAN PREFERENSI KONSUMEN DI INDONESIA (2024)	4
TABEL 2 . 1 PENELITIAN TERDAHULU	14
TABEL 3 . 1 DEFINISI OPERASIONAL	34
TABEL 4 . 1 DESKRIPTIF BERDASARKAN JENIS KELAMIN	43
TABEL 4 . 2 KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN USIA	44
TABEL 4 . 3 KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN MENGETAHUI TENTANG GRAB	45
TABEL 4 . 4 KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN PENGGUNA LAYANAN GRAB	45
TABEL 4 . 5 KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN PENDIDIKAN	45
TABEL 4 . 6 KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN PEKERJAAN	46
TABEL 4 . 7 HASIL UJI VALIDITAS	47
TABEL 4 . 8 HASIL UJI RELIABILITAS	48
TABEL 4 . 9 HASIL UJI ANALISIS REGRESI LINIER SEDERHANA	49
TABEL 4 . 10 HASIL UJI ANALISIS REGRESI LINIER SEDERHANA	49
TABEL 4 . 11 HASIL UJI ANALISIS REGRESI LINIER SEDERHANA	50
TABEL 4 . 12 HASIL UJI T	51
TABEL 4 . 13 HASIL UJI T	52
TABEL 4 . 14 HASIL UJI T	52
TABEL 4 . 15 HASIL UJI KOEFISIEN DETERMINASI	53
TABEL 4 . 16 HASIL UJI KOEFISIEN DETERMINASI	53
TABEL 4 . 17 HASIL UJI KOEFISIEN DETERMINASI	54
TABEL 4 . 18 HASIL UJI MRA (MODERATES REGRESSION ANALYZE)	54
TABEL 4 . 19 HASIL UJI MRA (MODERATES REGRESSION ANALYZE)	55
TABEL 4 . 20 HASIL UJI T	56
TABEL 4 . 21 HASIL UJI T	57
TABEL 4 . 22 HASIL UJI R SQUARE	58
TABEL 4 . 23 HASIL UJI R SQUARE	58
GAMBAR 2 . 1 KERANGKA PENELITIAN	29