

***EFEKTIVITAS GREEN PRACTICES, ENVIROMENTAL
'CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY' IMAGE, DAN
BRAND AUTHENTICITY TERHADAP BRAND TRUST
PADA BANK BNI DI KOTA SURABAYA***



ELISABETH OKTAVIANI MANALU
3103016230

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
2020**

EFEKTIVITAS *GREEN PRACTICES*, *ENVIROMENTAL*
'CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY' IMAGE, DAN *BRAND*
AUTHENTICITY TERHADAP *BRAND TRUST* PADA BANK BNI
DI KOTA SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Jurusan Manajemen

OLEH:
ELISABETH OKTAVIANI MANALU
3103016230

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2020

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

EFEKTIVITAS *GREEN PRACTICES*, *ENVIROMENTAL 'CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY' IMAGE*, DAN *BRAND AUTHENTICITY* TERHADAP *BRAND TRUST* PADA BANK BNI DI KOTA SURABAYA

Oleh:

ELISABETH OKTAVIANI MANALU

3103016230

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,

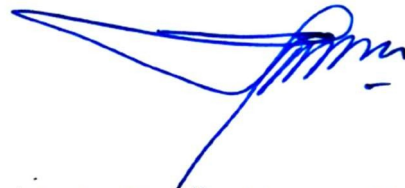


(Dra.Ec. Ninuk Muljani, MM.)

NIDN. 0717095906

Tanggal: 18 Juni 2020

Pembimbing II,



(Drs.Ec. Cyrillius Martono, M.Si.)

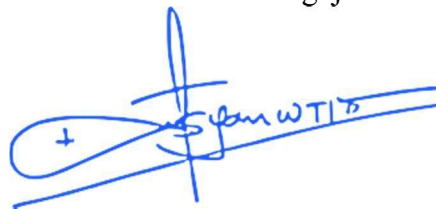
NIDN. 0706076302

Tanggal: 18 Juni 2020

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Elisabeth Oktaviani Manalu NRP 3103016230
Telah diuji pada tanggal 6 Juli 2020 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji




Dr. Antonius Jan Wellyantony Putro, SE., M.Si.
NIDN. 0721017201

Mengetahui:

Dekan




Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA., CPAI.
NIDN. 0713097203

Ketua Jurusan



Robertus Sigit Haribowo
Lukito
CN=Robertus Sigit Haribowo
Lukito, OU=Head of
Management Department,
O=Widya Mandala Surabaya
Catholic University,
E=hod-manage@ukwms.ac.id
I am approving this document
Surabaya, Jawa Timur, IDN
2020-07-27 12:31:45

Robertus Sigit H. L. SE., M.Sc
NIDN. 0703087902

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS ILMIAH DAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS ILMIAH DAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Unika Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Elisabeth Oktaviani Manalu

NRP : 3103016230

Judul Skripsi : Efektivitas *Green Practices, Enviromental 'Corporate Social Responsibility' Image, dan Brand Authenticity Terhadap Brand Trust* pada Bank BNI di Kota Surabaya

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan plagiarism, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 18 Juni 2020

Yang menyatakan



Elisabeth Oktaviani Manalu

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa, atas berkatNya saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Tugas akhir dengan judul “Efektivitas *Green Practices, Environmental Corporate Social Responsibility Image*, dan *Brand Authenticity* terhadap *Brand Trust* pada Bank BNI di Kota Surabaya”. Penulisan tugas akhir ini bertujuan untuk menyelesaikan syarat kelulusan program studi S-1 Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Tugas akhir ini dapat selesai karena adanya beberapa pihak yang berperan dalam proses baik langsung maupun tidak langsung. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Lodovicus Lasdi, MM., Ak.,CA selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit, SE. M.Sc. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Dra. Ec. Ninuk Muljani, MM selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia memberikan waktu, tenaga, ilmu dan kesabaran untuk membimbing proses pengerjaan tugas akhir ini sehingga dapat selesai dengan baik dan tepat waktu.
4. Bapak Drs. Ec. C. Martono, M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia memberikan waktu, tenaga, ilmu dan kesabaran untuk membimbing proses pengerjaan tugas akhir ini sehingga dapat selesai dengan baik dan tepat waktu.
5. Seluruh Dosen Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah membagikan ilmu dan membukakan wawasan.
6. Seluruh Staf Tata Usaha Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang juga telah mengambil peranan penting dalam membantu pengerjaan skripsi.

7. Bapak, mamak, adik-adik, tulang, nangtulang, amang boru, namboru dan anggota keluarga lainnya yang selalu ada dan memberikan dukungan kepada penulis baik secara moril maupun materiil.
8. Teman-teman yang mengisi hari-hari dengan penuh kenangan semasa kuliah yaitu *Chill*, Aset Mewah, Berandal F, dan Gatot *Company*.
9. Teman-teman di luar kampus yang memberikan semangat dan saran saat pengerjaan skripsi Puji, Vivik, Angel, dan Miranda.
10. Semua teman yang pernah membantu dan berbuat baik yang namanya tidak disebutkan di atas. Terima kasih atas dukungannya.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna, dikarenakan masih banyak kekurangan dan keterbatasan dalam penelitian ini. Oleh karena itu, diharapkan adanya kritik dan saran agar penulis dapat menulis dengan baik ke depannya. Akhir kata, semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan.

Surabaya, 18 Juni 2020

Penulis,



Elisabeth Oktaviani Manalu

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS ILMIAH.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Sistematika Penulisan.....	7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 <i>Green Practices</i>	8
2.1.2 <i>Environmental Corporate Social Responsibility Image</i>	9
2.1.3 <i>Brand Authenticity</i>	11
2.1.4 <i>Brand Trust</i>	13
2.2 Penelitian Terdahulu.....	15
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	16
2.3.1 Pengaruh <i>Green Practices</i> terhadap <i>Environmental CSR Image</i>	16
2.3.2 Pengaruh <i>Environmental CSR Image</i> terhadap <i>Brand Trust</i>	17
2.3.3 Pengaruh <i>Green Practices</i> terhadap <i>Brand Trust</i> melalui <i>Environmental CSR Image</i>	17
2.3.4 Pengaruh <i>Brand Authenticity</i> terhadap <i>Brand Trust</i>	18
2.4 Rerangka Penelitian.....	18

BAB 3 METODE PENELITIAN.....	20
3.1 Desain Penelitian.....	20
3.2 Identifikasi Variabel.....	20
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	20
3.3.1 <i>Green Practices</i>	20
3.3.2 <i>Environmental CSR Image</i>	21
3.3.3 <i>Brand Authenticity</i>	21
3.3.4 <i>Brand Trust</i>	22
3.4 Pengukuran Variabel.....	22
3.5 Jenis dan Sumber Data.....	23
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	23
3.7 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	23
3.8 Teknik Analisis Data.....	24
3.8.1 Uji Normalitas.....	25
3.8.2 Uji Validitas.....	25
3.8.3 Uji Reliabilitas.....	25
3.8.4 Uji Kecocokan Keseluruhan Model.....	26
3.8.5 Uji Kecocokan Model Struktural.....	27
3.8.6 Uji Hipotesis.....	27
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	28
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	28
4.2 Deskriptif Data.....	30
4.2.1 Statistik Deskriptif Variabel <i>Green Practices</i> (GP).....	30
4.2.2 Statistik Deskriptif Variabel <i>Environmental Corporate Social Responsibility Image</i> (ECI).....	31
4.2.3 Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Authenticity</i> (BA).....	32
4.2.4 Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Trust</i> (BT).....	33
4.3 Hasil Analisis Data.....	33
4.3.1 Uji Normalitas.....	33
4.3.2 Uji Validitas.....	35
4.3.3 Uji Reliabilitas.....	36
4.3.4 Uji Kecocokan Keseluruhan Model.....	39
4.3.5 Uji Kecocokan Model Struktural.....	39
4.3.6 Uji Hipotesis.....	40
4.4 Pembahasan.....	ix
	41

4.4.1 Pengaruh <i>Green Practices</i> terhadap <i>Environmental Corporate Social Responsibility</i> pada Bank BNI di Kota Surabaya	41
4.4.2 Pengaruh <i>Environmental Corporate Social Responsibility</i> terhadap <i>Brand Trust</i> pada Bank BNI di Kota Surabaya	42
4.4.3 Pengaruh <i>Green Practices</i> terhadap <i>Brand Trust</i> melalui <i>Environmental Corporate Social Responsibility</i> pada Bank BNI di Kota Surabaya.....	43
4.4.4 Pengaruh <i>Brand Authenticity</i> terhadap <i>Brand Trust</i> pada Bank BNI di Kota Surabaya.....	44
BAB 5 SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN.....	46
5.1 Simpulan.....	46
5.2 Keterbatasan	46
5.3 Saran.....	47
5.3.1 Saran Akademis	47
5.3.2 Saran Praktis	47

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Misi Kinerja BNI	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang.....	15
Tabel 3.1 <i>Goodness of Fit</i>	27
Tabel 4.1 Jenis Kelamin	28
Tabel 4.2 Berusia 17 Tahun ke Atas	29
Tabel 4.3 Pekerjaan Saat Ini.....	29
Tabel 4.4 Interval Penilaian	30
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Variabel <i>Green Practices</i> (GP).....	30
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel <i>Environmental Corporate Social Responsibility Image</i> (ECI)	31
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Authenticity</i> (BA)	32
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Trust</i> (BT)	33
Tabel 4.9 Hasil Uji <i>Univariate Normality</i>	34
Tabel 4.10 Hasil Uji <i>Multivariate Normality</i>	34
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas.....	35
Tabel 4.12 Hasil Perhitungan Uji <i>Construct Reliability</i> Variabel <i>Green Practices</i>	36
Tabel 4.13 Hasil Perhitungan Uji <i>Construct Reliability</i> Variabel <i>Environmental CSR Image</i>	37
Tabel 4.14 Hasil Perhitungan Uji <i>Construct Reliability</i> Variabel <i>Brand Authenticity</i>	37
Tabel 4.15 Hasil Perhitungan Uji <i>Construct Reliability</i> Variabel <i>Brand Trust</i>	38
Tabel 4.16 Hasil Uji Reliabilitas <i>Green Practices</i>	38
Tabel 4.17 <i>Goodness of Fit</i>	39
Tabel 4.18 Hasil Uji Hipotesis	40

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Rerangka Penelitian	19
--------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1: Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2a Persyaratan Menjadi Responden
- Lampiran 2b Karakteristik Responden
- Lampiran 3a Hasil Kuesioner Variabel *Green Practices*
- Lampiran 3b Hasil Kuesioner Variabel *Environmental CSR Image*
- Lampiran 3c Hasil Kuesioner Variabel *Brand Authenticity*
- Lampiran 3d Hasil Kuesioner Variabel *Brand Trust*
- Lampiran 4a Frekuensi Persyaratan Menjadi Responden
- Lampiran 4b Frekuensi Karakteristik Responden
- Lampiran 5 Uji Normalitas
- Lampiran 6 Output SEM
- Lampiran 7a Path Diagram *Estimates*
- Lampiran 7b Path Diagram *T-Value*
- Lampiran 7c Path Diagram *Standardized Solution*

ABSTRAK

Tumbuhnya kesadaran terhadap lingkungan pada kalangan masyarakat membuat masyarakat lebih peka bahwa industri berkomitmen menyediakan layanan atau produk yang benar secara etika dan ramah lingkungan. Bank BNI merupakan bank terkemuka di Indonesia yang juga peduli terhadap isu lingkungan. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *green practices* terhadap *brand trust* melalui *environmental CSR image* dan pengaruh *brand authenticity* terhadap *brand trust* pada bank BNI di Surabaya. Sampel penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dan total responden sebanyak 150 sampel. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan metode pengambilan data yaitu survei. Analisis data pada penelitian ini menggunakan SEM *software* LISREL.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *green practices* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *environmental CSR image*, *environmental CSR image* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *brand trust*, *green practices* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *brand trust* melalui *environmental CSR image*, dan *brand authenticity* yang memiliki pengaruh signifikan terhadap *brand trust*.

Kata kunci: *green practices*, *environmental CSR image*, *brand authenticity*, *brand trust*.

**THE EFFECTIVENESS OF *GREEN PRACTICES, ENVIROMENTAL*
'CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY' IMAGE, AND BRAND
AUTHENTICITY ON BRAND TRUST IN BANK BNI SURABAYA CITY**

ABSTRACT

Growth of awareness for the environment in the community makes people more sensitive that the industry is committed to providing services or products that are ethically and environmentally friendly. Bank BNI is a leading bank in Indonesia that also cares about environmental issues.

This research was conducted to determine the effect of green practices on brand trust through environmental CSR image and the effect of brand authenticity on brand trust in BNI banks in Surabaya. The sample of this study used purposive sampling and the total respondents were 150 samples. The data used in this study are primary data sources and data collection methods, namely surveys. Analysis of the data in this study using SEM software LISREL.

The results of this study indicate that green practices have a significant influence on environmental CSR images, environmental CSR images have a significant effect on brand trust, green practices have a significant effect on brand trust through environmental CSR images, and brand authenticity has a significant influence on brands trust.

Keywords: green practices, environmental CSR image, brand authenticity, brand trust