

ABSTRAK

Peranan etika lingkungan dalam perusahaan menjadi salah satu upaya untuk melestarikan lingkungan. Tetapi, saat ini perusahaan menetapkan harga tinggi untuk suatu produk yang ramah lingkungan. Pencantuman *eco labeling* dalam produk *green innovation* menjadi suatu keharusan. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel *etika lingkungan perusahaan*, *green product innovation*, dan *green process innovation* terhadap keunggulan bersaing. Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif. Adapun teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna konsumen dari perusahaan kosmetik yang melaksanakan *green product innovation* dan metode *sampling* menggunakan metode *simple random sampling* dengan ukuran sample 160 orang. Teknik analisis menggunakan model regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa etika lingkungan perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap keunggulan bersaing, *green product innovation* berpengaruh positif signifikan terhadap keunggulan bersaing, *green process innovation* berpengaruh positif signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Kata kunci: etika lingkungan perusahaan, *green innovation*, *green product innovation*, *green process innovation*, keunggulan bersaing

ABSTRACT

The role of environmental ethics in the company becoming one of the efforts to conserve the environment. However, the company charges a high price for a product that is environmentally friendly. Inclusion of eco labeling in green product innovation is a must. The aim of this research is to measure how much the influence of corporate environmental ethics's variabel, green product innovation, and green process innovation to competitive advantage. The method used in this research is quantitative approach. The data collection techniques using a questionnaire. Taking consumers users of eco-friendly cosmetics in Bandung as the population and sampling methods by using simple random sampling method with a sample size of 160 people. Techniques of analysis using simple linear regression. The results showed that the corporate environmental ethics had a positive significant effect on competitive advantage, green product innovation had a positive significant effect on competitive advantage, and green process innovation had a positive significant effect on competitive advantage.

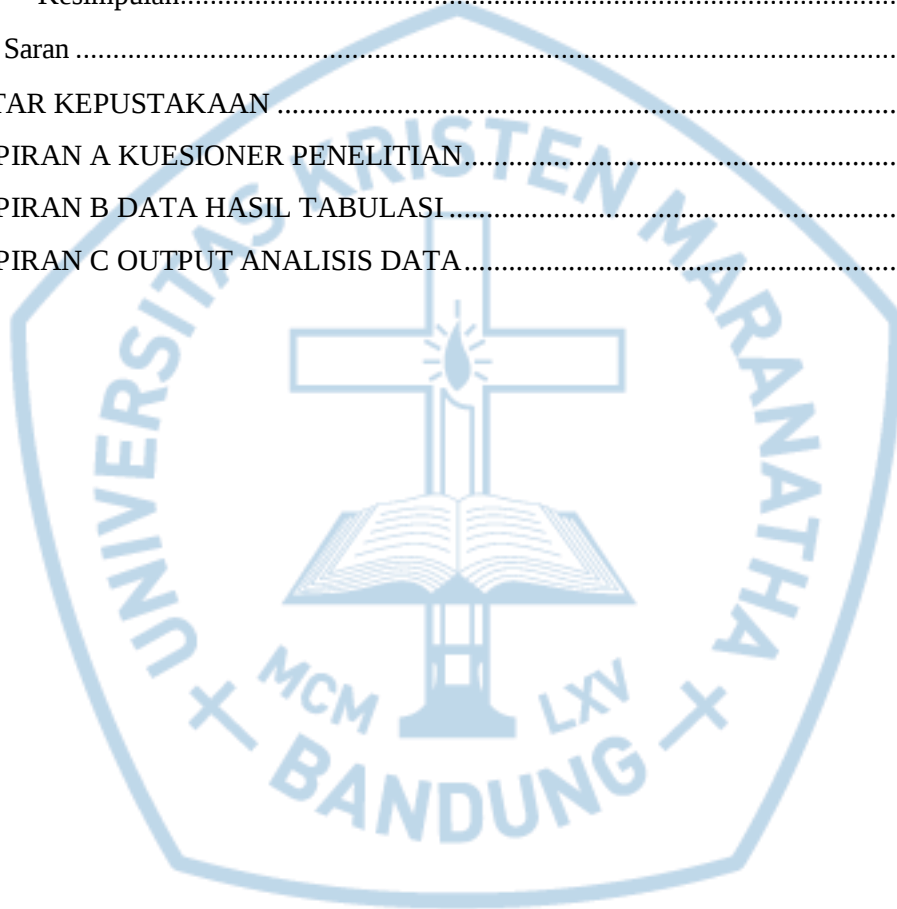
Keywords : corporate environmental ethics, green product innovation, green process innovation, competitive advantage

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERNYATAAN	i
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN	ii
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Rumusan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
BAB 2 KAJIAN KEPUSTAKAAN.....	6
2.1 <i>Entrepreneurship</i>	6
2.2 Etika Lingkungan Perusahaan	6
2.2.1 Pemahaman Dasar Etika Lingkungan Perusahaan	6
2.2.2 Pendekatan Dasar Etika Lingkungan Perusahaan	7
2.2.3 Indikator Etika Lingkungan Perusahaan.....	8
2.3 <i>Innovation</i>	8
2.4 <i>Green Innovation</i>	9
2.5 <i>Green Product Innovation</i>	10
2.5.1 Acuan Dasar <i>Green Product Innovation</i>	10
2.5.2 Pengukuran <i>Green Product Innovation</i>	11
2.6 <i>Green Process Innovation</i>	12
2.6.1 Pemahaman Dasar <i>Green Process Innovation</i>	12
2.6.2 Pengukuran <i>Green Process Innovation</i>	12
2.7 Strategi Desain Produk	13

2.8	Keunggulan Bersaing	14
2.8.1	Pemahaman Dasar Keunggulan Bersaing	14
2.8.2	Pengukuran Keunggulan Bersaing	15
2.9	Penelitian Sebelumnya	18
BAB 3	RERANGKA TEORITIS, MODEL, dan HIPOTESIS PENELITIAN	20
3.1	Rerangka Teoritis	20
3.2	Model dan Hipotesis Penelitian	21
BAB 4	METODE PENELITIAN	24
4.1	Objek dan Subjek Penelitian	24
4.2	Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	24
4.3	Metode Penelitian	25
4.4	Definisi Operasional Variabel	27
4.5	Teknik Analisis	31
4.5.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	31
4.5.1.1	Uji Validitas	31
4.5.1.2	Uji Reliabilitas	32
4.5.2	Uji Asumsi Klasik	32
4.5.2.1	Uji Normalitas	32
4.5.2.2	Uji Multikolinearitas	33
4.5.2.3	Uji Heteroskedastisitas	33
4.5.3	Uji Hipotesis dan Analisis Regresi	34
4.5.4	Uji t	36
4.5.5	Uji R ²	36
BAB 5	HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN	37
5.1	Gambaran Objek	37
5.2	Profil Responden	40
5.3	Uji Validitas dan Reliabilitas	43
5.4	Uji Asumsi Klasik	46
5.5	Uji Hipotesis	50
5.5.1	Uji Pengaruh Etika Lingkungan Perusahaan terhadap Keunggulan Bersaing	50
5.5.2	Uji Pengaruh <i>Green Product Innovation</i> terhadap Keunggulan Bersaing	53

5.5.3 Uji Pengaruh <i>Green Process Innovation</i> terhadap Keunggulan Bersaing	56
5.6 Pembahasan.....	59
5.6.1 Pengaruh Etika Lingkungan Perusahaan terhadap Keunggulan Bersaing	59
5.6.2 Pengaruh <i>Green Product Innovation</i> terhadap Keunggulan Bersaing	60
5.6.3 Pengaruh <i>Green Process Innovation</i> terhadap Keunggulan Bersaing.....	61
5.7 Implikasi Manajerial	61
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN.....	63
6.1 Kesimpulan.....	63
6.2 Saran	63
DAFTAR KEPUSTAKAAN	65
LAMPIRAN A KUESIONER PENELITIAN.....	68
LAMPIRAN B DATA HASIL TABULASI.....	71
LAMPIRAN C OUTPUT ANALISIS DATA.....	77



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Hasil Wawancara Awal Prosentase Pengguna Kosmetik Ramah Lingkungan	1
Tabel 2.1 Daftar Penelitian Sebelumnya.....	19
Tabel 4.1 Skala Likert	26
Tabel 4.2 Tabel Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	28
Tabel 5.1 Tabel Pekerjaan Responden	40
Tabel 5.2 Tabel Prosentase Konsumen	41
Tabel 5.3 Tabel Prosentase Alasan Responden.....	42
Tabel 5.4 Tabel KMO and Bartlett's Test	43
Tabel 5.5 Tabel Rotated Component Matrix ^a	44
Tabel 5.6 Tabel Uji Reliabilitas Variabel Penelitian	45
Tabel 5.7 Tabel Hasil Uji Nomalitas.....	47
Tabel 5.8 Tabel Hasil Uji Multikolinearitas	48
Tabel 5.9 Tabel ANOVA EL terhadap KB.....	51
Tabel 5.10 Tabel Coefficients EL terhadap KB.....	51
Tabel 5.11 Tabel Model Summary Etika Lingkungan Perusahaan.....	52
Tabel 5.12 Tabel ANOVA GPI terhadap KB	54
Tabel 5.13 Tabel Coefficients GPI terhadap KB	54
Tabel 5.14 Tabel Model Summary GPI	55
Tabel 5.15 Tabel ANOVA GPR terhadap KB	56
Tabel 5.16 Tabel Coefficients GPR terhadap KB	57
Tabel 5.17 Model Summary GPR.....	58

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Strategi Desain Produk	14
Gambar 3.1 Kerangka Teoritis	20
Gambar 3.2 Model Penelitian	21
Gambar 5.1 Scatterplot hasil uji Heteroskedastisitas	49
Gambar 5.2 Model Empirik Penelitian Pengaruh Etika Lingkungan Perusahaan, <i>Green Product Innovation</i> , dan <i>Green Process Innovation</i> terhadap <i>Keunggulan Bersaing</i>	59



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A – KUESIONER PENELITIAN

LAMPIRAN B – DATA HASIL TABULASI

LAMPIRAN C – OUTPUT ANALISIS DATA

