

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya perbedaan pandangan terhadap efektivitas *green advertising* terhadap suatu perusahaan, maka perlu diadakan suatu penelitian mengenai pengaruh *green advertising* di suatu perusahaan dan bagaimana perusahaan mengelola lingkungannya dari hal tersebut khusus nya pada perusahaan manufaktur yang bergerak di sub sektor industri Farmasi.

Populasi dalam penelitian ini adalah 8 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Sub Sektor Farmasi. Teknik pengambilan sampel yang dilakukan menggunakan *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* sebanyak delapan perusahaan manufaktur sub sektor farmasi pada Bursa Efek Indonesia. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini merupakan berdasarkan replikasi dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Wong et al pada tahun 2015 yaitu *green advertising* , manajemen lingkungan , reputasi perusahaan dan kinerja keuangan.

Metode analisis yang digunakan adalah metode *Structural Equation Modelling dengan tipe partial least square* yang didesain untuk menyelesaikan regresi berganda ketika terjadi permasalahan spesifik pada data, seperti ukuran sampel penelitian kecil, *adanya data yang hilang dan multikolinearitas*,

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *green advertising* berpengaruh positif terhadap kegiatan manajemen lingkungan yang menciptakan reputasi lingkungan bagi perusahaan dan menjawab keraguan akan sentimen negatif tentang pelaksanaan *green advertising* bagi perusahaan, sebanding dengan hasil penelitian bahwa reputasi lingkungan dapat menarik investor dan menciptakan nilai-nilai positif bagi pelanggan perusahaan serta memberikan efek pengaruh positif pada kinerja keuangan perusahaan.

Kata Kunci: *Green advertising*, Manajemen lingkungan, Kinerja Keuangan , Reputasi Lingkungan , Industri farmasi