

## ABSTRAK

Perusahaan merupakan suatu institusi yang didirikan oleh perorangan atau lembaga dengan maksud untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, yaitu memaksimalkan keuntungan. Tujuan perusahaan meliputi profitabilitas, efisiensi, kepuasan, dan pengembangan karyawan, tanggung jawab sosial dan hubungan baik dengan masyarakat serta kelangsungan usaha dan tujuan lainnya. Dalam mencapai tujuan tersebut, perusahaan tentu saja selalu berinteraksi dengan lingkungannya sebab lingkungan memberikan andil dan kontribusi yang besar bagi keberlangsungan perusahaan.

Penelitian ini mengembangkan penelitian manajemen lingkungan sebelumnya dengan memprediksi kausalitas pengaruh *green advertising* pada hubungan antara pelaksanaan manajemen lingkungan dalam hal perusahaan sadar lingkungan dan perlindungan produk, reputasi lingkungan dan kinerja keuangan, khususnya pada perusahaan manufaktur di sub sektor industri tekstil dan garment.

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*, Sub Sektor Industri Tekstil dan Garment, Manajemen lingkungan, Kinerja Keuangan, Reputasi Lingkungan, SEM PLS.