

## ABSTRAK

Perusahaan yang sukses pada saat ini tidak hanya tergantung dalam berhemat pada sisi operasional, tetapi kemampuan mereka untuk mempertahankan pertumbuhan bisnis, oleh karena itu banyak pihak yang mengharapkan agar perusahaan-perusahaan di Indonesia bahkan di seluruh dunia untuk mengembangkan usaha berkelanjutan yang ramah lingkungan.

Laporan 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 Makanan dan Minuman.

Data primer diperoleh dengan penyebaran kuesioner yang terdiri dari 17 item pertanyaan secara *online* maupun secara personal ke para responden. Sampel penelitian dilakukan dengan metode *non probability sampling* yaitu *purposive sampling* dengan jumlah responden sebanyak 84 responden dari 12 perusahaan industri manufaktur sub sektor makanan dan minuman terdaftar di BEI.

Metode analisis yang digunakan adalah metode *Structural Equation Modelling* dengan tipe *Partial Least Square (PLS-SEM)* dengan menggunakan aplikasi *software SmartPLS 3.0*.

Penelitian ini menemukan bahwa *green advertising* berpengaruh positif terhadap pelaksanaan manajemen lingkungan yang menciptakan reputasi lingkungan bagi perusahaan, dimana 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 Makanan dan Minuman; Manajemen Lingkungan; Reputasi Lingkungan; Kinerja Keuangan; PLS-SEM.