

PERAN *GREEN TRUST* DALAM MEMEDIASI PENGARUH
GREEN BRAND IMAGE DAN *GREEN PRODUCT*
TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PRODUK
TUMBLER CORKCICLE

SKRIPSI



Nama : Alina Maghriza

NIM : 43121120097

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2025

PERAN *GREEN TRUST* DALAM MEMEDIASI *PENGARUH
GREEN BRAND IMAGE* DAN *GREEN PRODUCT*
TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PRODUK
TUMBLER CORKCICLE

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana
Jakarta



Nama : Alina Maghriza

NIM : 43121120097

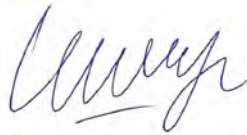
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Alina Maghriza
NIM : 43121120097
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Peran Green Trust Dalam Memediasi Pengaruh Green Brand Image Dan Green Product Terhadap Purchase Intention Product Tumbler Corkcicle
Tanggal Sidang : 29 Agustus 2025

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Catur Widayati, S.E., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dudi Permana, Ph.D

LPTA-09255651



Scan QR or [click here](#) to
Verification

	BIRO PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS MERCU BUANA	
---	--	---

No.Dokumen	1-1-3.4.11.00	Distribusi					
Tgl. Efektif	25 September 2024						

SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

Nama : ALINA MAGHRIZA
NIM : 43121120097
Fakultas / Program Studi : FEB / Manajemen
Jenis : Skripsi
Judul Tugas Akhir : PERAN GREEN TRUST DALAM MEMEDIASI PENGARUH GREEN BRAND
 IMAGE DAN GREEN PRODUCT TERHADAP PURCHASE INTENTION
 PRODUK TUMBLER CORKCICLE
Hasil Pengecekan Turnitin : 29%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **29%** dan dinyatakan memenuhi syarat untuk penyerahan tugas akhir sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Mercu Buana. Hasil uji Turnitin terlampir.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan digunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 20 February 2026
Kepala Biro Perpustakaan



Muhammad Arif Budiyo, M.Hum

Ket: Surat keterangan ini sebagai salah satu syarat untuk penyerahan tugas akhir.

2026/Februari/20/0000000811/Muhammad Arif Budiyo, M.Hum

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Alina Maghriza
NIM : 43121120097
Program Studi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenakan sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan)

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Bekasi, 28 Juli 2025



Alina Maghriza

43121120097

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran *green trust* dalam memediasi *pengaruh green brand image* dan *green product* terhadap *purchase intention* produk *tumbler corkcicle*. Objek dalam penelitian ini adalah konsumen yang belum pernah membeli dan memiliki minat untuk membeli *tumbler corkcicle* berdomisili di wilayah dki jakarta. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan terhadap 170 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dan pendekatan yang dilakukan adalah *structural equation modeling (sem)* dengan alat analisis *smartpls* versi 3.0. Hasil analisis menunjukkan bahwa *green brand image* dan *green product* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *green trust* dan *purchase intention* produk *tumbler corkcicle*. *Green trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention* produk *tumbler corkcicle*. *Green brand image* dan *green product* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention* melalui *green trust* sebagai variabel mediasi produk *tumbler corkcicle*.

Kata kunci: *Green Brand Image, Green Product, Green Trust, Purchase Intention*



ABSTRACT

This study aims to analyze the role of green trust in mediating the influence of green brand image and green product on the purchase intention of Corkcicle tumbler products. The objects in this study are consumers who have never bought and have an interest in buying Corkcicle tumblers domiciled in the DKI Jakarta area. The sample used in this study was 170 respondents. The sampling technique used purposive sampling and the approach used was Structural Equation Modeling (SEM) with the SmartPLS version 3.0 analysis tool. The analysis results show that green brand image and green product have a positive and significant effect on green trust and purchase intention of Corkcicle tumbler products. Green trust has a positive and significant effect on purchase intention of Corkcicle tumbler products. Green brand image and green product have a positive and significant effect on purchase intention through green trust as a mediating variable of Corkcicle tumbler products.

Kata kunci: *Green Brand Image, Green Product, Green Trust, Purchase Intention*



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, karunia, dan hidayah-Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan judul “Peran *Green Trust* Dalam Memediasi Pengaruh *Green Brand Image* Dan *Green Product* Terhadap *Purchase Intention* Produk *Tumbler Corkcicle*”. Proposal skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bimbingan, dukungan, serta masukan yang berharga. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Dr. Catur Widayati, SE, MM selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran dan ketelitian telah memberikan arahan, motivasi, serta bimbingan yang sangat membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.

Peneliti menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan proposal skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Andi Andriansyah, M.Eng, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.

2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dudi Permana, Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Seluruh dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
5. Pintu surgaku Ibu Erna Yenni, ibu tunggal hebat yang luar biasa yang selalu menjadi penyemangat dan sumber kekuatan saya dalam menghadapi kerasnya dunia ini. Dengan penuh rasa syukur dan cinta, karya sederhana ini kupersembahkan untuk Ibuku tercinta. Terima kasih Ibu, atas setiap doa yang tidak pernah putus, atas setiap peluh yang tak terlihat, dan atas kekuatan yang selalu Engkau tunjukkan meski banyak rintangan yang menghadang, dan terima kasih telah memberikan kasih sayang yang tiada hentinya, berjuang keras demi memberikan kehidupan yang layak untuk saya hingga akhirnya saya bisa tumbuh besar dan duduk dibangku perkuliahan ini. Kesuksesan dan hal baik yang akan penulis dapatkan menjadi bukti bahwa segala perjuanganmu tidak pernah sia-sia. Karya ini adalah buah doa dan pengorbananmu, dan untuk itu aku akan selalu bangga menyebut diriku sebagai anak dari seorang ibu luar biasa.
6. Karya ini kupersembahkan untuk Ayahku tercinta, (Alm) Alexander Ikhsan, sosok yang sangat penulis rindukan, Ayah kini anakmu Alina telah tumbuh dewasa. Terima kasih telah menjadi ayah terbaik dan memberikan kasih sayang dan cinta yang besar untuk penulis. Meski kehadiranmu singkat dan

tidak menemani langsung di perjalanan ini, namamu tetap hidup dalam setiap langkahku. Semoga Ayah bangga dengan usaha dan perjuanganku selama ini, dan bahagia di sisi Allah SWT.

7. Kepada teman-teman sekelas dan seperjuangan yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
8. Kepada sahabat saya Sabillah, Ara, dan Suci yang memberikan semangat dan motivasi hingga skripsi ini selesai.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa proposal skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki peneliti. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam proposal skripsi ini. Semoga proposal skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, September 2025

Alina Maghriza

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iv
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
 BAB I PENDAHULUAN	 1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah	17
C. Tujuan Penelitian	18
D. Kontribusi Penelitian.....	19
 BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	 20
A. Kajian Pustaka	20
1. <i>Sustainability Development Goals</i>	20
2. Manajemen Pemasaran.....	24
3. Perilaku Konsumen.....	25
4. <i>Purchase Intention</i>	27
5. <i>Green Brand Image</i>	29
6. <i>Green Product</i>	31
7. <i>Green Trust</i>	33
8. Penelitian Terdahulu.....	35
B. Pengembangan Hipotesis	40
1. Pengaruh <i>Green Brand Image</i> Terhadap <i>Green Trust</i>	40
2. Pengaruh <i>Green Product</i> Terhadap <i>Green Trust</i>	41
3. Pengaruh <i>Green Brand Image</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i> ..	42
4. Pengaruh <i>Green Product</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i>	43
5. Pengaruh <i>Green Trust</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i>	44
6. Pengaruh <i>Green Brand Image</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i> Melalui <i>Green Trust</i>	44
7. Pengaruh <i>Green Product</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i> Melalui <i>Green Trust</i>	45
C. Kerangka Pemikiran.....	46
D. Hipotesis.....	46
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	 48

A.	Waktu dan Tempat Penelitian	48
B.	Desain Penelitian	48
C.	Definisi dan Operasionalisasi Variabel	48
1.	Variabel Penelitian	48
2.	Variabel Independen.....	49
3.	Variabel Dependen	49
4.	Variabel Intervening.....	50
5.	Operasionalisasi Variabel	50
D.	Skala Pengukuran Variabel.....	52
E.	Populasi dan Sampel Penelitian.....	53
1.	Populasi Penelitian.....	53
2.	Sampel Penelitian.....	53
F.	Metode Pengumpulan Data	54
G.	Metode Analisis Data	54
1.	Statistik Deskriptif	54
2.	<i>Structural Equation Model (SEM)</i>	55
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		60
A.	Analisis Deskriptif	60
1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	60
2.	Deskripsi Responden.....	61
3.	Deskripsi Variabel.....	65
B.	Analisis <i>Partial Least Square</i>	68
1.	Hasil Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	68
2.	Hasil Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	74
C.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	80
1.	Pengaruh <i>Green Brand Image</i> Terhadap <i>Green Trust</i>	80
2.	Pengaruh <i>Green Product</i> Terhadap <i>Green Trust</i>	81
3.	Pengaruh <i>Green Brand Image</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i> ..	82
4.	Pengaruh <i>Green Product</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i>	83
5.	Pengaruh <i>Green Trust</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i>	84
6.	Pengaruh <i>Green Brand Image</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i> Melalui <i>Green Trust</i>	85
7.	Pengaruh <i>Green Product</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i> Melalui <i>Green Trust</i>	86
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		88
A.	Simpulan.....	88
B.	Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA.....		92
LAMPIRAN		98

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Pendapatan Penjualan	5
1.2	Penjualan produk Corkcicle di <i>Shopee</i>	12
1.3	Pra-Survei Penelitian	14
2.1	Penelitian Terdahulu	35
3.1	Operasionalisasi Variabel	51
3.2	Skala Likert	52
3.3	Syarat Uji Validitas	56
3.4	Syarat Uji Reliabilitas	57
3.5	Syarat Uji R-Square	57
3.6	Syarat Uji Q-Square	58
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	62
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	62
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	63
4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	63
4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan	64
4.7	Statistik Deskriptif Variabel <i>Green Brand Image</i>	65
4.8	Statistik Deskriptif Variabel <i>Green Product</i>	66
4.9	Statistik Deskriptif Variabel <i>Purchase Intention</i>	66
4.10	Statistik Deskriptif Variabel <i>Green Trust</i>	67
4.11	Hasil Uji <i>Outer Loadings</i>	68
4.12	Hasil Uji <i>Average variance extracted</i>	69
4.13	Hasil Uji <i>Cross Loadings</i>	70
4.14	Hasil Uji <i>Fornell Larcker Criterion</i>	72
4.15	Hasil Uji <i>Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)</i>	73
4.16	Hasil Uji <i>Cronbach's Alpha</i>	73
4.17	Hasil Uji <i>Cronbach's reliability</i>	74
4.18	Hasil Uji R-Square	74
4.19	Hasil Uji Q-Square	75
4.20	Hasil Uji <i>Goodness of Fit</i>	76
4.21	Hasil Uji Hipotesis	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Statistik Limbah Plastik di Indonesia	2
1.2	<i>Tren</i> Pembelian Produk Ramah Lingkungan Secara Global	3
1.3	Sampah Plastik	8
1.4	Toko Resmi Corkcicle <i>Official Shop</i>	11
2.1	Kerangka Konseptual Penelitian	46
4.1	Hasil Uji <i>Convergent Validity</i>	70
4.2	Hasil Uji <i>Bootstrapping</i> PLS	78



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner	98
2	Deskripsi Responden	99
3	Deskripsi Variabel	101
4	Hasil Uji Model Pengukuran	120
5	Hasil Uji Model Struktural	123

