



**PENGARUH *GREEN PACKAGING*, *GREEN PROMOTION*,  
DAN *GREEN BRAND AWARENESS* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN MCDONALD'S DI JAKARTA**

**TUGAS AKHIR**

**SKRIPSI**

**SILVIA AYU LESTARI**

**43122010107**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2026**



**PENGARUH *GREEN PACKAGING*, *GREEN PROMOTION*,  
DAN *GREEN BRAND AWARENESS* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN MCDONALD'S DI JAKARTA**

**TUGAS AKHIR  
SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana**

**SILVIA AYU LESTARI  
43122010107**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2026**

## HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Silvia Ayu Lestari

NIM : 43122010107

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:

“Pengaruh *Green Packaging*, *Green Promotion*, Dan *Green Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Mcdonald’s Di Jakarta” adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau hak pihak manapun.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap pernyataan ini, saya bersedia menanggung seluruh konsekuensi hukum dan membebaskan Universitas Mercu Buana dari segala bentuk tuntutan hukum dan saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana



Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 1 Maret 2026



Silvia Ayu Lestari

## HALAMAN SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

	<b>BIRO PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS MERCU BUANA</b>	
---	--	---

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

### SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

<b>Nama</b>	: SILVIA AYU LESTARI
<b>NIM</b>	: 43122010107
<b>Fakultas / Program Studi</b>	: FEB / Manajemen
<b>Jenis</b>	: Skripsi
<b>Judul Tugas Akhir</b>	: PENGARUH GREEN PACKAGING, GREEN PROMOTION, DAN GREEN BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MCDONALD'S DI JAKARTA
<b>Hasil Pengecekan Turnitin</b>	: 23%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **23%** 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.

Jakarta, 26 March 2026

**Kepala Biro Perpustakaan**



Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

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

2026/Maret/26/0000000947/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Silvia Ayu Lestari  
NIM : 43122010107  
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen  
Judul Tugas Akhir : PENGARUH GREEN PACKAGING, GREEN PROMOTION,  
DAN GREEN BRAND AWARENESS TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN MCDONALD'S DI JAKARTA

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 26 Februari 2026 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si  
NIDN/NUPTK: 0323047103

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA  
NIDN/NUPTK: 0307036901



Dudi Permana, Ph.D  
NIDN/NUPTK: 1018037701

LPTA-03266080



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

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana. Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si, selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, memberikan arahan, saran, semangat, serta ilmu yang sangat bermanfaat hingga terselesaikannya skripsi ini. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak sejak masa perkuliahan hingga proses penyusunan, penyelesaian skripsi ini tidaklah mudah. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada

1. Bapak Prof. Dr. Andi Andriansyah, M.Eng, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, Ph.D, selaku Kepala Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana.
4. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasi dan keikhlasan telah memberikan ilmu serta bimbingan kepada penulis.
5. Teristimewa, dengan penuh cinta dan rasa hormat yang mendalam, penulis persembahkan ungkapan terima kasih kepada kedua orang tua tercinta yang tanpa lelah senantiasa mengiringi setiap langkah dengan doa yang tulus, serta memberikan dukungan moral dan material yang tiada henti. Berkat pengorbanan, kerja keras, kesabaran, dan kasih sayang yang begitu besar, anak pertamanya ini akhirnya dapat menempuh pendidikan setinggi-tingginya dan menyelesaikan tahap penting dalam perjalanan akademik ini. Semoga segala kebaikan, cinta, dan pengorbanan yang telah diberikan mendapat balasan yang berlipat ganda.

6. Penulis berterima kasih kepada Basdom atas kebersamaan dan kontribusinya dalam perjalanan selama masa perkuliahan.
7. Seluruh teman-teman Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMB angkatan 2022 yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 1 Maret 2026

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Silvia Ayu Lestari', with a stylized vertical line extending downwards from the end of the signature.

Silvia Ayu Lestari

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Silvia Ayu Lestari  
NIM : 43122010107  
Fakultas/Program Studi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen  
Judul Tugas Akhir : Pengaruh *Green Packaging, Green Promotion, Dan Green Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Mcdonald's Di Jakarta

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 1 Maret 2026

Yang Menyatakan,



Silvia Ayu Lestari

**PENGARUH *GREEN PACKAGING*, *GREEN PROMOTION*, DAN  
*GREEN BRAND AWARENESS* TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN MCDONALD'S DI JAKARTA**

**SILVIA AYU LESTARI**

**ABSTRAK**

Penelitian bertujuan mengukur dan menganalisis pengaruh *Green Packaging* (X1), *Green Promotion* (X2), dan *Green Brand Awareness* (X3) terkait keputusan pembelian konsumen (Y) pada produk McDonald's di Jakarta. Latar belakang penelitian adalah meningkatnya kesadaran ekologis konsumen yang mendorong perusahaan makanan cepat saji menerapkan strategi green marketing berbasis prinsip keberlanjutan. Data penelitian diperoleh melalui kuesioner survei terhadap 130 responden berusia 17–50+ tahun yang memiliki pengalaman membeli produk McDonald's, dengan teknik purposive sampling. Pendekatan kuantitatif eksplanatif diterapkan dalam menganalisis hubungan antarvariabel, dan data diolah menggunakan Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) melalui perangkat lunak SmartPLS. Analisis dilakukan secara bertahap, dimulai dengan pengujian validitas dan reliabilitas konstruk, diikuti evaluasi model struktural untuk menilai koefisien jalur, nilai  $R^2$ ,  $f^2$ , dan  $Q^2$  antarvariabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa X1, X2, dan X3 mempunyai pengaruh positif dan signifikan, baik secara simultan maupun parsial, terhadap keputusan pembelian konsumen (Y). Koefisien jalur tertinggi terdapat pada variabel X3 (*Green Brand Awareness* = 0,XXX), diikuti X2 dan X1, menunjukkan kontribusi terbesar dalam memprediksi perilaku pembelian. Temuan ini menegaskan bahwa dimensi keberlanjutan lingkungan berperan dalam membentuk preferensi dan keputusan pembelian konsumen di industri makanan cepat saji. Secara teoritis, penelitian ini memperluas literatur mengenai green marketing dan perilaku konsumen berorientasi lingkungan, sedangkan secara praktis, hasil penelitian memberikan rekomendasi strategis bagi manajemen McDonald's dalam meningkatkan implementasi green marketing, meningkatkan loyalitas konsumen, dan memperkuat daya saing perusahaan.

**Kata kunci:** *Green Packaging*, *Green Promotion*, *Green Brand Awareness*, Keputusan Pembelian, McDonald's

**THE EFFECT OF GREEN PACKAGING, GREEN  
PROMOTION, AND GREEN BRAND AWARENESS ON  
PURCHASING DECISIONS AT MCDONALD'S IN JAKARTA**

**SILVIA AYU LESTARI**

**ABSTRACT**

*This study aims to measure and analyze the effect of Green Packaging (X1), Green Promotion (X2), and Green Brand Awareness (X3) on consumer purchase decisions (Y) for McDonald's products in Jakarta. The study is motivated by the increasing environmental awareness among consumers, which encourages fast-food companies to adopt sustainability-oriented green marketing strategies. Data were collected through a survey questionnaire administered to 130 respondents aged 17 to over 50 years, all of whom had prior experience purchasing McDonald's products, using purposive sampling. An explanatory quantitative approach was employed to analyze the relationships among variables, with data processed using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) via SmartPLS software. The analysis was conducted in stages, starting with testing the validity and reliability of the constructs, followed by the evaluation of the structural model to assess path coefficients,  $R^2$ ,  $f^2$ , and  $Q^2$  among variables. The results indicate that X1, X2, and X3 exert a positive and significant effect, both simultaneously and partially, on consumer purchase decisions (Y). The highest path coefficient was observed in X3 (Green Brand Awareness = 0.XXX), followed by X2 and X1, demonstrating their relative contribution in predicting purchasing behavior. These findings confirm that environmental sustainability dimensions play a critical role in shaping consumer preferences and purchase decisions in the fast-food industry. Theoretically, this study contributes to the literature on green marketing and environmentally-oriented consumer behavior, while practically, it provides strategic recommendations for McDonald's management to optimize green marketing implementation, enhance consumer loyalty, and strengthen the company's competitive advantage.*

**Keywords: Green Packaging, Green Promotion , Green Brand Awareness , Purchase Decision, McDonald's**

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	0
HALAMAN SAMPUL .....	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
HALAMAN SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORY UMB.....	vii
ABSTRAK .....	viii
ABSTRACT .....	ix
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	11
1.3 Tujuan Penelitian .....	11
1.4 Kontribusi Penelitian.....	11
1.4.1 Kontribusi Teoritis .....	11
1.4.2 Kontribusi Praktis.....	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....	13
2.1 Kajian Pustaka .....	13
2.1.1 Perilaku Konsumen.....	13
2.1.2 Keputusan Pembelian .....	16
2.1.3 Green Marketing.....	18
2.1.4 <i>Green Packaging</i> .....	20
2.1.5 <i>Green Promotion</i> .....	22
2.1.6 <i>Green Brand Awareness</i> .....	25
2.2 Penelitian Terdahulu.....	27

2.3 Pengembangan Hipotesis dan Rerangka Konseptual.....	31
2.3.1 Hubungan antar Variabel dan Pengembangan Hipotesis .....	31
2.3.2 Rerangka Konseptual .....	34
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>36</b>
3.1 Waktu Penelitian dan Tempat Penelitian.....	36
3.2 Desain Penelitian .....	36
3.3 Definisi dan Operasional Variabel.....	37
3.3.1 Definisi Variabel Penelitian .....	37
3.3.2 Operasional Variabel .....	40
3.4 Skala Pengukuran Variabel.....	42
3.5 Populasi dan Sampel .....	43
3.5 Metode Pengumpulan Data .....	46
3.6 Metode Analisis Data .....	47
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>56</b>
4.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	56
4.2 Karakteristik Responden.....	58
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan pernah membeli McDonald's dalam 12 bulan terakhir .....	59
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Memahami isu keberlanjutan .....	59
4.2.3 Karakteristik responden berdasarkan domisili di wilayah DKI Jakarta .....	59
4.2.4 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin .....	60
4.2.5 Karakteristik responden berdasarkan usia .....	60
4.2.6 Karakteristik responden berdasarkan status pekerjaan.....	61
4.2.7 Karakteristik responden berdasarkan pengeluaran konsumtif perbulan.....	62
4.2.8 Karakteristik responden berdasarkan domisili di wilayah DKI Jakarta .....	62
4.2.9 Karakteristik responden berdasarkan Pendidikan terakhir .....	63
4.3 Deskripsi Variabel .....	63
4.3.1 Deskripsi Variabel <i>Green Packaging</i> (X1).....	64

4.3.2 Deskripsi Variabel <i>Green Promotion</i> (X2).....	66
4.3.3 Deskripsi Variabel <i>Green Brand Awareness</i> (X3) .....	68
4.3.4 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	70
4.4 Hasil Uji PLS-SEM .....	71
4.4.1 Uji Reliabilitas .....	74
4.4.2 Uji Validitas .....	75
4.5 Evaluasi Hasil Uji Inner Model .....	80
4.5.1 Evaluasi Hasil Uji Nilai <i>R-Square</i> .....	80
4.5.2 Evaluasi Hasil Uji Effective Size (F2) .....	81
4.5.3 Evaluasi Hasil Uji Predictive Relevance (Q <sup>2</sup> ) .....	82
4.6 Hasil Uji Hipotesis .....	82
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian.....	84
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>90</b>
5.1 Kesimpulan .....	90
5.2 Saran .....	91
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>93</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>102</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Proporsi Belanja Program Pengelolaan Sampah di Berbagai Kota dan Kabupaten.....	3
Tabel 1. 2 <i>Pra Survey</i> .....	9
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 3. 1 Operasional Variabel .....	40
Tabel 3. 2 Instrumen Skala Likert .....	43
Tabel 4. 1 Pernah Beli McDonald's .....	59
Tabel 4. 2 Tahu Isu Keberlanjutan.....	59
Tabel 4. 3 Domisili DKI Jakarta .....	59
Tabel 4. 4 Jenis Kelamin .....	60
Tabel 4. 5 Usia Responden.....	60
Tabel 4. 6 Status Pekerjaan .....	61
Tabel 4. 7 Pengeluaran Konsumtif Perbulan.....	62
Tabel 4. 8 Domisili Responden .....	62
Tabel 4. 9 Pendidikan Terakhir .....	63
Tabel 4. 10 Deskripsi Responden Terhadap Variabel <i>Green Packaging</i> .....	64
Tabel 4. 11 Deskripsi Responden Terhadap Variabel <i>Green Promotion</i> .....	66
Tabel 4. 12 Deskripsi Responden Terhadap Variabel <i>Green Brand Awareness</i> ...	68
Tabel 4. 13 Hasil Pengujian <i>Outer Loading</i> .....	73
Tabel 4. 14 Hasil Pengujian Cronbach's Alpha dan Composite Reliability.....	74
Tabel 4. 15 Hasil Pengujian Convergent Validity (AVE).....	75
Tabel 4. 16 Hasil Pengujian Discriminant Validity (Cross Loading).....	76
Tabel 4. 17 Hasil Pengujian Fornell Larcker .....	77
Tabel 4. 18 Hasil Pengujian Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT) .....	78
Tabel 4. 19 Hasil Pengujian Model Fit.....	79
Tabel 4. 20 Uji Inner Model Multikolinearitas VIF .....	79
Tabel 4. 21 Hasil Pengujian Nilai R-Square (R2) .....	80
Tabel 4. 22 Hasil Uji Effective Size (F2).....	81
Tabel 4. 23 Hasil Uji Nilai Q-Square .....	82
Tabel 4. 24 Hasil Pengujian Hipotesis .....	83

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Produksi Plastik Global (Juta Ton).....	1
Gambar 1. 2 Proyeksi Timbulan Sampah dan Sampah Plastik di Indonesia (2017-2025) .....	2
Gambar 1. 3 Restoran Cepat Saji yang Terpopuler Karena Memberikan Pelayanan Paling Baik.....	4
Gambar 1. 4 Pengaruh Produk Ramah Lingkungan Terhadap Preferensi Belanja Konsumen .....	7
Gambar 1. 5 Usia Produktif Penduduk Indonesia.....	8
Gambar 2.1 Rerangka Konseptual .....	35
Gambar 4.1 Hasil Algoritma PLS .....	73

## LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	102
Lampiran 2 Screening Question.....	103
Lampiran 3 Profile Responden.....	103
Lampiran 4 Kuesioner Penelitian.....	104
Lampiran 5 Jawaban Responden.....	109