



**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (E-WOM),
GREEN PACKAGING, DAN *GREEN TRUST* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM DALAM KEMASAN
CLEO**



**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

UNIVERSITAS
ASHIELA AZKA NUGRAHA
43122010309
MERCU BUANA

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

2026



**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (E-WOM),
GREEN PACKAGING, DAN *GREEN TRUST* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM DALAM KEMASAN
CLEO**



**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

ASHIELA AZKA NUGRAHA

43122010309

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

2026

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ashiela Azka Nugraha

NIM : 43122010309

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:

“Pengaruh *Electronic Word Of Mouth (E-Wom)*, *Green Packaging*, dan *Green Trust* terhadap Keputusan Pembelian Air Minum dalam Kemasan Cleo” 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.



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

Jakarta, 28 Februari 2026



Ashiela Azka Nugraha

HALAMAN SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

	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 : ASHIELA AZKA NUGRAHA
NIM : 43122010309
Fakultas / Program Studi : FEB / Manajemen
Jenis : Skripsi
Judul Tugas Akhir : PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM), GREEN PACKAGING, DAN GREEN TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM DALAM KEMASAN CLEO
Hasil Pengecekan Turnitin : 30%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **30%** 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, 08 April 2026
Kepala Biro Perpustakaan



Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

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

2026/April/08/0000000981/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Ashiela Azka Nugraha
NIM : 43122010309
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir : PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM),
GREEN PACKAGING, DAN GREEN TRUST TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM DALAM
KEMASAN CLEO

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-03266079



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 kasih sayang kepada kedua orang tua penulis yang tanpa lelah mengupayakan doa serta dukungan moral dan material agar anak pertamanya ini dapat menempuh pendidikan setinggi-tingginya. Kepada Ayah tercinta, terima kasih atas kerja keras dan pengorbanan yang dipikul dalam diam hingga penulis dapat sampai pada tahap ini. Kepada Ibu tercinta, terima kasih atas doa yang tak pernah putus, kasih sayang, serta kesabaran yang senantiasa menguatkan setiap langkah penulis. Segala capaian ini tidak terlepas dari cinta dan keyakinan yang selalu ditanamkan bahwa penulis mampu menyelesaikan apa yang telah dimulai.

6. Adik tercinta, Hikmal Yalqa Nugraha, dan kakak tercinta, Fauziyyah Dhiya Maesya, S.Psi., penulis menyampaikan terima kasih yang tulus atas doa, dukungan, dan semangat yang selalu diberikan dalam setiap proses perjuangan ini. Dalam kebersamaan yang penuh cerita dan canda, tersimpan kasih sayang yang menjadi sumber kekuatan bagi penulis hingga mampu menyelesaikan skripsi ini. Penulis berharap dapat terus menjadi bagian keluarga yang membanggakan dan bertanggung jawab. Terima kasih juga kepada seluruh keluarga besar atas doa dan dukungan yang senantiasa menguatkan.
7. Seseorang yang tak kalah berarti kehadirannya, Aldi Sesa Wibowo. Terima kasih telah menjadi bagian dari setiap proses yang tidak selalu mudah, hadir dengan ketulusan, pengertian, dan perhatian yang menjadi sumber semangat sekaligus penenang hati bagi penulis di tengah lelah dan ragu. Terima kasih telah menjadi ruang berbagi yang hangat, serta sosok yang selalu sigap ketika penulis membutuhkan bantuan tanpa pernah merasa terbebani. Semoga setiap kebaikan yang dirayakan menjadi keberkahan dan kebahagiaan yang selalu menyertai setiap langkah ke depan.
8. Sahabat seperjuangan, Acha, Aulia, Fira, Fifah, Chaca, Nopa, Putri, Azka, Silvi, dan Adis, terima kasih atas kebersamaan, dukungan, dan semangat yang terjalin sejak masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini. Kebersamaan tersebut menjadi penguat dalam menghadapi berbagai tantangan di masa perkuliahan.
9. Sahabat terkasih Adjeng, Andien, dan Aisyah, terima kasih atas dukungan dan perhatian yang diberikan, secara langsung maupun tidak langsung selama proses penyusunan skripsi ini. Meskipun jarang bertemu, tetapi tetap menjadi tempat berbagi cerita yang menyenangkan.

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, 28 Februari 2026



Ashiela Azka Nugraha

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR
DI REPOSITORY UMB**

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

Nama : Ashiela Azka Nugraha
NIM : 43122010309
Fakultas/Program Studi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir : Pengaruh *Electronic Word of Mouth (E-WOM)*,
Green Packaging, dan *Green Trust* terhadap
Keputusan Pembelian Air Minum dalam Kemasan
Cleo

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, 28 Februari 2026

Yang menyatakan,



Ashiela Azka Nugraha

PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (E-WOM), *GREEN PACKAGING*, DAN *GREEN TRUST* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM DALAM KEMASAN CLEO.

ASHIELA AZKA NUGRAHA

ABSTRAK

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk menguji serta menganalisis pengaruh *Electronic Word of Mouth* (E-WOM), *Green Packaging*, serta *Green Trust* terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan Cleo. Studi ini mempergunakan pendekatan kuantitatif, berdasarkan survei terhadap 110 responden di Jakarta yang sebelumnya sudah membeli produk merek Cleo. Teknik pengambilan sampel mempergunakan *purposive sampling*, serta analisis data dilaksanakan melalui *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis *Partial Least Square* (PLS) mempergunakan SmartPLS 4. Temuan studi memperlihatkan bahwasanya *Electronic Word of Mouth* (E-WOM), *Green Packaging*, serta *Green Trust* memberi pengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian. *Green Packaging* dan *Green Trust* memperkuat preferensi konsumen terhadap produk ramah lingkungan, sementara *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) menaikkan keyakinan konsumen melalui ulasan digital.

Kata Kunci: *Electronic Word of Mouth*, *Green Packaging*, *Green Trust*, Keputusan Pembelian, Cleo.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

***THE INFLUENCE OF ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM),
GREEN PACKAGING, AND GREEN TRUST ON PURCHASE DECISIONS
OF CLEO BOTTLED DRINKING WATER***

ASHIELA AZKA NUGRAHA

ABSTRACT

This study aims to examine and analyze the influence of Electronic Word of Mouth (E-WOM), Green Packaging, and Green Trust on the purchase decision for Cleo bottled water. This study employs a quantitative approach, based on a survey of 110 respondents in Jakarta who had previously purchased Cleo products. The sampling technique employed was purposive sampling, and data were analyzed using Structural Equation Modeling (SEM) based on Partial Least Squares (PLS) with SmartPLS 4. The results indicate that Electronic Word of Mouth (E-WOM), Green Packaging, and Green Trust have a positive and significant effect on Purchase Decision. Green Packaging and Green Trust strengthen consumer preferences toward environmentally friendly products, while Electronic Word of Mouth (E-WOM) enhances consumer confidence through digital reviews.

Keywords: Electronic Word of Mouth, Green Packaging, Green Trust, Purchase Decisions, Cleo

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	0
HALAMAN JUDUL.....	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 REPOSITORI UMB.....	vii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Kontribusi Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	12
2.1 Kajian Pustaka.....	12
2.1.1 Perilaku Konsumen	12
2.1.2 Keputusan Pembelian.....	16
2.1.3 <i>Green Marketing</i>	20
2.1.4 <i>Electronic Word of Mouth (E-WOM)</i>	22
2.1.5 <i>Green Packaging</i>	24
2.1.6 <i>Green Trust</i>	26
2.1.7 Penelitian Terdahulu.....	27

2.2 Pengembangan Hipotesis dan Kerangka Konseptual.....	31
2.2.1 Hubungan antar Variabel dan Pengembangan Hipotesis	31
2.2.2 Kerangka Pemikiran.....	33
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1 Waktu Penelitian dan Tempat Penelitian.....	35
3.2 Desain Penelitian.....	35
3.3 Definisi dan Operasional Variabel	36
3.3.1 Definisi Variabel Penelitian.....	36
3.3.2 Operasional Variabel	38
3.4 Skala Pengukuran Variabel	39
3.5 Populasi dan Sampel	39
3.5.1 Populasi Penelitian	39
3.5.2 Sampel Penelitian.....	40
3.6 Metode Pengumpulan Data	41
3.7 Metode Analisis Data	42
3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif	42
3.7.2 Analisis <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	49
4.2 Deskripsi Responden.....	50
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili Jakarta.....	50
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengetahuan Isu Lingkungan	50
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian Produk Cleo	51
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	51
4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	52
4.2.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	52
4.2.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Konsumtif	
Perbulan	53
4.3 Deskripsi Variabel	53
4.3.1 Deskripsi Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i> (X1)	53

4.3.2	Deskripsi Variabel <i>Green Packaging</i> (X2).....	55
4.3.3	Deskripsi Variabel <i>Green Trust</i> (X3)	57
4.3.4	Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	58
4.4	Hasil Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS)	59
4.4.1	Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	60
4.4.2	Analisis Struktural Model (<i>Inner Model</i>).....	68
4.4.3	Hasil Uji Hipotesis	71
4.4.4	Pembahasan Hasil Penelitian	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		76
5.1	Kesimpulan	76
5.2	Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA.....		79
LAMPIRAN.....		84



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pertumbuhan Pendapatan Cleo Tahun 2020 - 2024	6
Tabel 1.2 <i>Pra-Survey</i>	8
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 3.1 Operasional Variabel	38
Tabel 3.2 Skala Likert	39
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili Jakarta.....	50
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengetahuan Isu Lingkungan... ..	50
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian Produk Cleo	51
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	51
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	52
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	52
Tabel 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Konsumtif Perbulan	53
Tabel 4.9 Deskripsi Responden terhadap Variabel <i>Electronic Word Of Mouth</i>	53
Tabel 4.10 Deskripsi Responden terhadap Variabel <i>Green Packaging</i>	55
Tabel 4.11 Deskripsi Responden terhadap Variabel <i>Green Trust</i>	57
Tabel 4.12 Deskripsi Responden terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	58
Tabel 4.13 Hasil Uji <i>Outer Loading</i>	61
Tabel 4.14 Hasil Uji <i>Outer Loading</i> (Modifikasi)	62
Tabel 4.15 Hasil Uji <i>Reliability</i> (<i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>)..	63
Tabel 4.16 Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> (<i>Average Variance Extracted</i>)	64
Tabel 4.17 Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> (<i>Cross Loading</i>).....	65
Tabel 4.18 Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> (<i>Fornell Larker Criterion</i>).....	66
Tabel 4.19 Hasil Uji <i>Discriminant Validity Heterotrait-Monotrait Ratio</i> (HTMT)	67
Tabel 4.20 Hasil Uji Multikolinearitas VIF.....	68
Tabel 4.21 Hasil Uji <i>R-Square</i> (R^2).....	69
Tabel 4.22 Hasil Uji <i>Effect Size</i> (F^2)	70
Tabel 4.23 Hasil Uji <i>Predictive Relevance</i> (Q^2).....	70
Tabel 4.24 Hasil Uji Hipotesis	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Komposisi Sampah Berdasarkan Jenis Sampah.....	2
Gambar 1.2 <i>Top Brand Index</i> Air Mineral di Indonesia Tahun 2024.....	5
Gambar 1.3 Sensus BPS Indonesia Didominasi Gen Z 2020	6
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	33
Gambar 3.1 <i>G*Power</i> versi 3.1.9.4	41
Gambar 4.1 Hasil Uji Algoritma PLS	60
Gambar 4.2 Hasil Uji Algoritma PLS (Modifikasi).....	62
Gambar 4.3 Hasil Uji Bootstrapping.....	71



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	84
Lampiran 2 Screening Question.....	85
Lampiran 3 Profile Responden.....	85
Lampiran 4 Kuesioner Penelitian.....	86
Lampiran 5 Jawaban Kuesioner	88



UNIVERSITAS
MERCU BUANA