



**PENGARUH *GREEN MARKETING*, *GREEN AWARENESS*,
DAN *GREEN PRODUCT INNOVATION* TERHADAP
PURCHASE DECISION PEMBALUT CHARM BIO
MATERIAL
(Studi pada Konsumen Charm Bio Material di DKI Jakarta)**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**AULIA NURHIDAYAH
43122010170**

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



**PENGARUH *GREEN MARKETING*, *GREEN AWARENESS*,
DAN *GREEN PRODUCT INNOVATION* TERHADAP
PURCHASE DECISION PEMBALUT CHARM BIO
MATERIAL
(Studi pada Konsumen Charm Bio Material di DKI Jakarta)**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**AULIA NURHIDAYAH
43122010170**

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

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aulia Nurhidayah
NIM : 43122010170
Program Studi : Manajemen SI

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

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 7 Maret 2026



Aulia Nurhidayah
NIM: 43122010170



**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 : AULIA NURHIDAYAH
NIM : 43122010170
Fakultas / Program Studi : FEB / Manajemen
Jenis : Skripsi
Judul Tugas Akhir : PENGARUH GREEN MARKETING, GREEN AWARENESS DAN GREEN PRODUCT INNOVATION TERHADAP PURCHASE DECISION PEMBALUT CHARM BIO MATERIAL (Studi pada Konsumen Charm Bio Material di DKI Jakarta)
Hasil Pengecekan Turnitin : 14%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **14%** 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, 04 June 2026

Kepala Biro Perpustakaan



Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

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

2026/Juni/04/0000001051/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

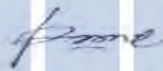
Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Aulia Nurhidayah
NIM : 43122010170
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir : PENGARUH GREEN MARKETING, GREEN AWARENESS DAN GREEN PRODUCT INNOVATION TERHADAP PURCHASE DECISION PEMBALUT CHARM BIO MATERIAL (Studi pada Konsumen Charm Bio Material di DKI Jakarta)

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 07 Maret 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



Abdul Rahmat, S.E., M.M
NIDN/NUPTK: 0312087301

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-03266194



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

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul “*Pengaruh Green Marketing, Green Awareness dan Green Product Innovation terhadap Purchase Decision Pembalut Charm Bio Material*”. Skripsi ini disusun sebagai syarat kelulusan dan penilaian mata kuliah Tugas Akhir pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak. Penulis menyampaikan terima kasih khusus kepada Bapak Abdul Rahmat, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing, atas waktu, bimbingan, dan saran berharga yang diberikan. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Dr. Andi Adriansyah, 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, MM., Ph.D., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen.
4. Seluruh Dosen dan Staf Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana atas ilmu dan bimbingan yang telah diberikan.
5. Teman-teman S1 Manajemen Universitas Mercu Buana Angkatan 2022 atas kebersamaan dan dukungan selama masa studi.
6. Kedua orang tua tercinta, Bapak H. Badri (Ayah) dan Ibu Hj. Komariah (Mama), atas doa, cinta, dan dukungan tanpa henti.
7. Saudara-saudara tercinta Ilham Hidayat, Indah Safira, Muhamad Ikhsan Kamil, serta almarhum Muhamad Nizam atas motivasi dan doa yang terus menguatkan.
8. Keponakan-keponakan tercinta Rheva Az-Azhra, M. Gibran At-Thaya, dan M. Zayyan Al-Birru atas keceriaan, semangat, dan doa yang turut memberikan motivasi kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
9. Sahabat-sahabat terdekat Fadiah Khaila Dewi, Nurul Azmi Yusnidar Siregar, Amelia Anisa Suwandi, dan Ridha Rahma Safitri atas semangat dan dukungan luar biasa.

10. Semua pihak yang telah membantu dalam proses penulisan skripsi ini, yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan. Penulis juga memohon maaf atas segala kesalahan yang ada, dan semoga skripsi ini bermanfaat serta menambah wawasan bagi penulis dan pembaca.

Jakarta, 7 Maret 2026

Aulia Nurhidayah



HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

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

Nama : Aulia Nurhidayah
NIM : 43122010170
Fakultas/Program Studi : Ekonomi & Bisnis/S-1 Manajemen.
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Green Marketing, Green Awareness, dan Green Product Innovation terhadap Purchase Decision
(Studi pada Konsumen Charm Bio Material)

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, 05 Juni 2026

Yang menyatakan,



(Aulia Nurhidayah)

**PENGARUH *GREEN MARKETING*, *GREEN AWARENESS*,
DAN *GREEN PRODUCT INNOVATION* TERHADAP
PURCHASE DECISION PEMBALUT CHARM BIO
MATERIAL
(Studi pada Konsumen Charm Bio Material di DKI Jakarta)**

AULIA NURHIDAYAH

ABSTRAK

Penelitian ini diadakan untuk menganalisis pengaruh pemasaran hijau, kesadaran hijau, dan inovasi produk hijau terhadap keputusan pembelian, khususnya bagi konsumen pembalut Charm Bio Material. Meningkatnya kepedulian terhadap lingkungan dan permintaan akan produk yang berkelanjutan telah mendorong perusahaan untuk mengadopsi praktik-praktik ramah lingkungan, termasuk di sektor kebersihan kewanitaan. Charm, sebagai pelopor di Indonesia, memperkenalkan pembalut berbahan dasar bio yang terbuat dari lebih dari 80% bahan alami untuk mengatasi masalah lingkungan yang disebabkan oleh pembalut konvensional, yang sulit terurai dan sering dibuang secara tidak benar. Penelitian ini mengadopsi sistem kuantitatif dengan menggunakan metode *survey* dengan responden konsumen Charm Bio Material. Temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan info terkait wawasan mengenai bagaimana strategi pemasaran hijau, kesadaran lingkungan, dan inovasi produk mempengaruhi perilaku konsumen dalam mengambil keputusan pembelian yang bertanggung jawab terhadap lingkungan. Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan yang berharga bagi para pemasar dan perusahaan yang ingin meningkatkan daya saing mereka melalui praktik-praktik yang berkelanjutan.

Kata Kunci : Pemasaran Hijau, Kesadaran Hijau, Inovasi Produk Hijau, Keputusan Pembelian

***THE INFLUENCE OF GREEN MARKETING, GREEN AWARENESS, AND
GREEN PRODUCT INNOVATION ON THE PURCHASE DECISION OF
CHARM BIO MATERIAL PADS***

(A Study of Charm Bio Material Consumers in DKI Jakarta)

AULIA NURHIDAYAH

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of green marketing, green awareness, and green product innovation on purchase decisions, particularly for consumers of Charm Bio Material sanitary pads. The growing environmental concern and demand for sustainable products have encouraged companies to adopt eco-friendly practices, including in the feminine hygiene sector. Charm, as a pioneer in Indonesia, introduced a bio-based sanitary pad made from over 80% natural ingredients to address environmental issues caused by conventional pads, which are difficult to decompose and often improperly disposed of. This research adopts a quantitative approach using survey methods with Charm Bio Material consumers as respondents. The findings are expected to provide insights into how green marketing strategies, environmental awareness, and product innovation influence consumer behavior in making environmentally responsible purchasing decisions. The results can be a valuable input for marketers and companies aiming to enhance their competitiveness through sustainable practices.

Keywords : *Green Marketing, Green Awareness, Green Product Innovation, Purchase Decision*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	0
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	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
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	15
C. Tujuan Penelitian.....	16
D. Kontribusi Penelitian.....	16
1. Kontribusi Praktis	16
2. Kontribusi Teoritis.....	17
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	18
A. Kajian Pustaka.....	18
1. Perilaku Konsumen	18

2.	<i>Theory of Planned Behavior (TPB)</i>	22
3.	Keputusan Pembelian (<i>Purchase Decision</i>).....	25
4.	<i>Green Marketing</i>	29
5.	<i>Green Awareness</i>	33
6.	<i>Green Product Innovation</i>	35
7.	Penelitian Terdahulu.....	40
B.	Pengembangan Hipotesis	43
1.	Pengaruh <i>Green Marketing</i> terhadap <i>Purchase Decision</i>	43
2.	Pengaruh <i>Green Awareness</i> terhadap <i>Purchase Decision</i>	44
3.	Pengaruh <i>Green Product Innovation</i> terhadap <i>Purchase Decision</i>	46
C.	Kerangka Konseptual	47
BAB III METODE PENELITIAN		48
A.	Waktu dan Tempat Penelitian.....	48
B.	Desain Penelitian.....	48
C.	Definisi dan Operasionalisasi Penelitian.....	49
1.	Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>).....	50
2.	Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>).....	51
3.	Operasionalisasi Variabel	51
D.	Skala Penelitian Variabel.....	53
E.	Populasi dan Sampel	55
1.	Populasi Penelitian	55
2.	Sampel Penelitian.....	55
F.	Metode Pengumpulan Data	56
G.	Metode Analisis Data	57
1.	Analisis Deskriptif	57

2. Uji Instrumen	58
3. Analisis <i>Partial Least Square</i>	60
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	65
A. Analisis Deskriptif	65
1. Gambaran Umum Perusahaan.....	65
2. Deskripsi Responden.....	67
3. Deskripsi Variabel.....	70
B. Uji <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	76
C. Analisis Data	78
1. Hasil Pengujian <i>Outer Model</i>	79
2. Hasil Pengujian <i>Inner Model</i>	90
D. Pembahasan Hasil Penelitian	96
1. Pengaruh <i>Green Marketing</i> terhadap <i>Purchase Decision</i>	96
2. Pengaruh <i>Green Awareness</i> terhadap <i>Purchase Decision</i>	98
3. Pengaruh <i>Green Product Innovation</i> terhadap <i>Purchase Decision</i>	99
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	101
A. Kesimpulan	101
B. Saran.....	102
1. Saran Praktis	102
2. Saran Teoritis	103
DAFTAR PUSTAKA	104
LAMPIRAN.....	108

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Data Sampah Pembalut di Indonesia.....	3
Tabel 1. 2	Komparasi Penjualan Pembalut Wanita Tahun 2023-2024	7
Tabel 1. 3	Hasil Pra-Survei	13
Tabel 2. 1	Penelitian Terdahulu.....	40
Tabel 3. 1	Operasional Variabel	52
Tabel 3. 2	Skala Likert	54
Tabel 4. 1	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	68
Tabel 4. 2	Deskripsi Responden Berdasarkan Domisili.....	68
Tabel 4. 3	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	69
Tabel 4. 4	deskripsi Jawaban Kuesioner Variabel Green Marketing.....	70
Tabel 4. 5	Deskripsi Jawaban Kuesioner Variabel Green Awareness	71
Tabel 4. 6	Deskripsi Jawaban Kuesioner Variabel Green Product Innovation.....	73
Tabel 4. 7	Deskripsi Jawaban Kuesioner Variabel Purchase Decision	75
Tabel 4. 8	Hasil Uji Loading Factor.....	80
Tabel 4. 9	Hasil Uji Loading Factor (Modifikasi).....	82
Tabel 4. 10	Hasil Uji Composite Reliability dan Cronbach's Alpha.....	84
Tabel 4. 11	Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE).....	85
Tabel 4. 12	Hasil Uji Discriminant Validity (Cross Loading).....	86
Tabel 4. 13	Hasil Uji Discriminant Validity (Fornell Lacker).....	87
Tabel 4. 14	Hasil Uji Discriminant Validity (Heterotrait-Monotrait Ratio).....	89
Tabel 4. 15	Hasil Uji R-Square (R^2).....	90
Tabel 4. 16	Hasil Uji F-Square (F^2).....	91
Tabel 4. 17	Hasil Uji Q-Square (Q^2)	94
Tabel 4. 18	Hasil Uji Hipotesis	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pangsa Pasar Pembalut Wanita di Indonesia	5
Gambar 1. 2 Contoh Pembalut Charm Bio Material.....	9
Gambar 2. 1 Model Theory of Planned Behavior	24
Gambar 2. 2 Proses Keputusan Pembelian Konsumen	28
Gambar 2. 3 Kerangka Konseptual	47
Gambar 4. 1 Hasil Uji Loading Factor.....	81
Gambar 4. 2 Hasil Uji Loading Factor (Modifikasi).....	83
Gambar 4. 3 Hasil Uji Hipotesis (Bootstrapping).....	96



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	108
Lampiran 2. Hasil Jawaban Kuesioner.....	114
Lampiran 3. Hasil Jawaban Data Diri Responden	126
Lampiran 4. Hasil Jawaban Pernyataan Variabel	127
Lampiran 5. Hasil Pengujian Outer Model	131
Lampiran 6. Hasil Pengujian Inner Model.....	135



UNIVERSITAS
MERCU BUANA