



**PENGARUH *GREEN MARKETING*, *GREEN PRODUCT* DAN
GREEN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA AIR MINUM DALAM KEMASAN MEREK CLEO**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

**UNIVERSITAS
RAHMA AULIA RHODATUL JANNAH
43122010208**

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



**PENGARUH *GREEN MARKETING*, *GREEN PRODUCT* DAN
GREEN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA AIR MINUM DALAM KEMASAN MEREK CLEO**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA
RAHMA AULIA RHODATUL JANNAH**

43122010208

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

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rahma Aulia Rhodatul Jannah
NIM : 43122010028
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/ S1 Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:

“Pengaruh *Green Marketing*, *Green Product* dan *Green Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Air Minum Dalam Kemasan Merek 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.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 10 Februari 2026



Rahma Aulia Rhodatul Jannah

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

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

SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

Nama : RAHMA AULIA RHODATUL JANNAH
NIM : 43122010208
Fakultas / Program Studi : FEB / Manajemen
Jenis : Skripsi
Judul Tugas Akhir : PENGARUH GREEN MARKETING, GREEN PRODUCT DAN GREEN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA AIR MINUM DALAM KEMASAN MEREK CLEO
Hasil Pengecekan Turnitin : 25%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **25%** 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, 14 July 2026

Kepala Biro Perpustakaan



Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

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

2026/Jul/14/0000001112/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

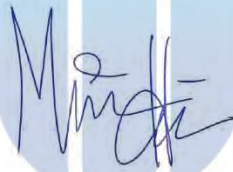
Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Rahma Aulia Rhodatul Jannah
NIM : 43122010208
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Green Marketing, Green Product dan Green Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Air Minum Dalam Kemasan Merek Cleo

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 06 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



Febrina Mahliza, S.E., M.Si

NIDN/NUPTK: 0301029001

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-03266181



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

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas seluruh rahmat, anugerah, serta karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Green Marketing*, *Green Product*, dan *Green Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Merek Cleo”. Tidak sedikit kendala serta rintangan yang harus dihadapi oleh peneliti selama masa penyusunan skripsi ini, namun dengan dukungan dari berbagai pihak, baik secara dukungan materi, maupun secara dukungan non-materi, sehingga penelitian skripsi ini dapat diselesaikan tepat waktu.

Peneliti menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan ilmu pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi tidak lepas dari bimbingan, bantuan serta dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Ibu Febrina Mahliza S.E,M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang sudah memberikan waktu, saran, bimbingan, semangat, motivasi, nasehat–nasehat, dan pengetahuan yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada peneliti. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih yang besar dan sebanyak–banyaknya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, 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, MM, Ph.D selaku ketua program studi Manajemen S1, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Terima kasih pintu surgaku, kedua orang tua sekaligus motivator kehidupan penulis yaitu Mama tersayang dan Papa tercinta yang menjadi sumber kekuatan penulis dan alasan penulis untuk terus bertahan hidup sampai saat ini. Kedua orang tua yang sangat hebat, yang tidak pernah berhenti memberikan kasih sayang dengan penuh cinta serta doa dan dukungan kepada penulis. Sehat selalu dan hiduplah selamanya serta dampingin aku untuk setiap perjalanan dan pencapaian aku ya Ma, Pa!

5. Kepada kedua saudara penulis yaitu Dita dan Alfian, terima kasih selalu memberi kasih sayang, semangat, nasihat, kritik, serta menjadi motivasi penulis untuk menyelesaikan perkuliahannya
6. Terima kasih kepada teman seperjuangan Serlly Meliayunita, Amalia Nur Laili dan Farras Apikmumtazah yang menjadi teman penulis selama perkuliahan dan banyak berpartisipasi dalam menyusun skripsi ini, segala dukungan, pengalaman yang sangat berkesan serta kritik yang membangun sampai terselesaikan perkuliahan ini. *See you on top, guys!*
7. Teruntuk seseorang yang belum dapat dituliskan namanya dengan jelas disini, namun sudah tertulis jelas di *Lauhul Mahfudz*. Terima kasih sudah menjadi salah satu sumber motivasi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu upaya memantaskan diri. Semoga kita bertemu di versi terbaik diri kita masing – masing.
8. Untuk diriku Rahma Aulia Rhodatul Jannah. Aku bangga sama kamu karena telah berjuang untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terima kasih sudah bertahan hidup sejauh ini, perjalanan ini penuh benturan dan proses yang melelahkan, tapi kamu tidak memilih menyerah, walau sering merasa tertinggal dan kehilangan arah. Ingat bahwa kamu pantas bahagia serta layak sampai pada semua mimpi itu. Lanjut penuhi list travelling yuk!

Terlepas dari segala usaha yang telah dilakukan semaksimal mungkin oleh peneliti dalam penyelesaian skripsi ini, peneliti menyadari bahwa tidak luput dari kesalahan dan masih jauh dari kata kesempurnaan. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan segala bentuk saran dan kritik yang membantu dan membangun agar mampu meningkatkan kualitas skripsi ini. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, peneliti mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini. Akhir kata, peneliti berharap semoga penelitian ini bermanfaat bagi pembaca dan seluruh pihak agar dapat menambah pengetahuannya.

Jakarta, 02 Februari 2026

Rahma Aulia Rhodatul Jannah

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

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

Nama : Rahma Aulia Rhodatul Jannah
NIM : 43122010208
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/ SI Manajemen
Judul Tugas Akhir : Pengaruh *Green Marketing, Green Product dan Green Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Air Minum Dalam Kemasan Merek 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.

MERCU BUANA

Jakarta, 12 Juli 2026

Yang menyatakan,



Rahma Aulia Rhodatul Jannah

PENGARUH *GREEN MARKETING*, *GREEN PRODUCT* DAN *GREEN BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA AIR MINUM DALAM KEMASAN MEREK CLEO

RAHMA AULIA RHODATUL JANNAH

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Green Marketing*, *Green Product* dan *Green Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian. Populasi pada penelitian ini konsumen yang sudah pernah membeli produk air minum dalam kemasan Cleo. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 150 responden. Metode pengambilan sampel menggunakan *Non Probability Sampling* dengan teknik yang digunakan adalah *Purposive Sampling*. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode survei, dengan instrument penelitian kuesioner melalui *google form*. Analisis data yang digunakan adalah analisis statistik menggunakan *Partial Least Square* dengan Software Smart - PLS 4.0. Hasil uji hipotesis pada penelitian menunjukkan bahwa *Green Marketing*, *Green Product*, dan *Green Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian

Kata Kunci: Pemasaran Hijau, Produk Hijau, Citra Merek Hijau, Keputusan Pembelian

***THE INFLUENCE OF GREEN MARKETING, GREEN PRODUCT
AND GREEN BRAND IMAGE ON PURCHASE DECISION OF
CLEO BRAND BOTTLED DRINKING WATER***

RAHMA AULIA RHODATUL JANNAH

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Green Marketing, Green Product, and Green Brand Image on Purchasing Decisions. The population in this study were consumers who had previously purchased Cleo brand bottled drinking water products. The sample used in this study was 150 respondents. The sampling method used Non Probability Sampling with the technique used was Purposive Sampling. The data collection method in this study used a survey method, with a questionnaire research instrument via google form. The data analysis method used partial least square with Smart-PLS 4.0 software. The results of the hypothesis test in the study show that Green Marketing, Green Product, dan Green Brand Image has a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: *Green Marketing, Green Product, Green Brand Image, Purchase Decisions*

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 REPOSITORY UMB.....	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Kontribusi Penelitian.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	13
2.1 Kajian Pustaka.....	13
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	13
2.1.2 Perilaku Konsumen	14
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	15
2.1.4 <i>Green Marketing</i>	19
2.1.5 <i>Green Product</i>	20
2.1.6 <i>Green Brand Image</i>	22
2.2 Penelitian Terdahulu	24
2.3 Pengembangan Hipotesis	27
2.3.1 Pengaruh <i>Green Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian	27

2.3.2	Pengaruh <i>Green Product</i> terhadap Keputusan Pembelian	28
2.3.3	Pengaruh Green Brand Image terhadap Keputusan Pembelian	28
2.4	Kerangka Konseptual	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		31
3.1	Waktu dan Tempat Penelitian	31
3.2	Desain Penelitian.....	31
3.3	Definisi dan Operasionalisasi Variabel	32
3.3.1	Definisi Variabel	32
3.3.2	Operasionalisasi Variabel.....	33
3.4	Skala Pengukuran Variabel	40
3.5	Populasi dan Sampel Penelitian	41
3.5.1	Populasi Penelitian	41
3.5.2	Sampel Penelitian.....	42
3.6	Metode Pengumpulan Data	44
3.7	Metode Analisis Data	44
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	45
3.7.2	Analisis Partial Least Square (PLS).....	45
3.7.3	Langkah – Langkah Pengujian Analisis PLS.....	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		50
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	50
4.2	Analisis Deskriptif	50
4.2.1	Analisis Deskriptif Responden.....	51
4.2.2	Analisis Deskriptif Variabel.....	53
4.3	Analisis Data Partial Least Square (PLS)	58
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian	71
BAB V PENUTUP.....		75
5.1	Kesimpulan	75
5.2	Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA.....		79
LAMPIRAN.....		85

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pra Survei.....	8
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	34
Tabel 3. 2 Skala Likert	41
Tabel 4.1 Deskripsi Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Tabel 4.2 Deskripsi Berdasarkan Usia	51
Tabel 4.3 Deskripsi Berdasarkan Pekerjaan.....	52
Tabel 4.4 Deskripsi Banyaknya Pembelian Setiap bulan Pada 3 Bulan Terakhir	52
Tabel 4.5 Deskripsi Variabel <i>Green Marketing</i>	53
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel <i>Green Product</i>	55
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel <i>Green Brand Image</i>	56
Tabel 4.8 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian.....	57
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Outer Loading.....	60
Tabel 4.10 Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity</i> (Fornell Larcker).....	61
Tabel 4.11 Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity</i> (<i>Cross loading</i>).....	62
Tabel 4.12 Hasil Pengujian AVE	63
Tabel 4.13 Hasil Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT).....	64
Tabel 4.14 Hasil Pengujian <i>Composite Reliability & Cronbach's Alpha</i>	65
Tabel 4.15 Hasil Pengujian R-Square	66
Tabel 4.16 Hasil Pengujian <i>f-Square</i>	67
Tabel 4.17 Hasil Pengujian <i>Q-Square</i>	68
Tabel 4.18 Hasil Uji Hipotesis	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Komposisi Sampah Berdasarkan Jenis Sampah Tahun 2023.....	2
Gambar 1.2 Sumber Air Minum Rumah Tangga di Indonesia Tahun 2023.....	3
Gambar 1.3 Top Brand Index Air Minum Dalam Kemasan.....	6
Gambar 2. 1 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	17
Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual	30
Gambar 3. 1 Sampel Penelitian.....	43
Gambar 4.1 Hasil Algorithm PLS.....	59
Gambar 4.2 Hasil Uji <i>bootstrapping</i>	69



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	85
Lampiran 2 Hasil Kuesioner	89
Lampiran 3 Hasil Output PLS.....	105

