



**PENGARUH PERIKLANAN HIJAU, CITRA MEREK, DAN
KESADARAN HIJAU TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
LAMPU LED PHILIPS DI JAKARTA SELATAN**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

**UNIVERSITAS
NAUFAL RIZKI RAMADHAN
43122010257
MERCU BUANA**

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

2026



**PENGARUH PERIKLANAN HIJAU , CITRA MEREK, DAN
KESADARAN HIJAU TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
LAMPU LED PHILIPS DI JAKARTA SELATAN**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
NAUFAL RIZKI RAMADHAN
43122010257

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

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Naufal Rizki Ramadhan
NIM : 43122010257
Fakultas/Program Studi : Ekonomi & Bisnis/Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul: “PENGARUH PERIKLANAN HIJAU, CITRA MEREK, DAN KESADARAN HIJAU TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAMPU LED PHILIPS DI JAKARTA SELATAN”

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, 27 Juli 2026



Naufal Rizki Ramadhan

	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 : NAUFAL RIZKI RAMADHAN
NIM : 43122010257
Fakultas / Program Studi : FEB / Manajemen
Jenis : Skripsi
Judul Tugas Akhir : PENGARUH PERIKLANAN HIJAU, CITRA MEREK, DAN KESADARAN HIJAU TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAMPU LED PHILIPS DI JAKARTA SELATAN
Hasil Pengecekan Turnitin : 24%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **24%** 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, 07 May 2026

Kepala Biro Perpustakaan

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

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

2026/April/27/0000001015/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Naufal Rizki Ramadhan
NIM : 43122010257
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir : PENGARUH PERIKLANAN HIJAU, CITRA MEREK, DAN KESADARAN HIJAU TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAMPU LED PHILIPS DI JAKARTA SELATAN

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

Supriyatno, S.Sos., M.M
NIDN/NUPTK: 0312076907

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi SI Manajemen



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



Dudi Permana, Ph.D
NIDN/NUPTK: 1018037701

LPTA-04266271



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

KATA PENGANTAR

Segala puji dan rasa syukur peneliti panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat, anugerah, dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Periklanan Hijau, Citra Merek, dan Kesadaran Hijau terhadap Keputusan Pembelian Lampu LED Philips di Jakarta Selatan.”** Proses penyusunan ini tentu tidak terlepas dari berbagai tantangan dan hambatan, namun berkat dukungan dari berbagai pihak, baik dalam bentuk materiil maupun non-materiil, skripsi ini akhirnya dapat diselesaikan tepat waktu.

Peneliti menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan selama proses penyusunan skripsi ini, khususnya kepada Bapak Supriyatno, S.Sos, MM, yang telah membimbing dan mendampingi peneliti. Ucapan terima kasih juga peneliti sampaikan kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Andi Ardiansyah, 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 S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana
4. Ibu Dr. Daru Asih, M.Si, selaku dosen pengampu mata kuliah metodologi penelitian yang telah memberikan berbagai saran, waktu, bimbingan, ilmu, serta nasihat yang sangat berharga dalam proses penyusunan dan penyelesaian skripsi ini.
5. Seluruh dosen Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana atas ilmu dan wawasan yang telah diberikan.
6. Rekan-rekan mahasiswa Program Studi Manajemen S1 FEB UMB Angkatan 2022 atas segala bentuk dukungan dan kerja sama dalam penyusunan skripsi ini.
7. Yang teristimewa Ayah dan Ibu tercinta, serta kakak dan adik peneliti atas segala doa, perhatian, dukungan moril dan materiil yang terus mengalir tanpa henti
8. Dimas Febriansyah, Muhammad Arsyad dan Kawan Kawan atas dukungan, bantuan, dan diskusi yang sangat berarti.

Meskipun peneliti telah berusaha sebaik mungkin dalam menyusun skripsi ini, peneliti menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dan kekeliruan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat peneliti harapkan untuk menyempurnakan karya ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dan pihak-pihak yang berkepentingan.

Jakarta, 25 Juni 2025



Naufal Rizki Ramadhan



HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

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

Nama : Naufal Rizki Ramadhan
NIM : 43122010257
Fakultas/Program Studi : Ekonomi & Bisnis/Manajemen
Judul Tugas Akhir : PENGARUH PERIKLANAN HIJAU, CITRA
MEREK, DAN KESADARAN HIJAU TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN LAMPU LED PHILIPS DI JAKARTA SELATAN

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.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 27 Juli 2026

Yang menyatakan,



Naufal Rizki Ramadhan

PENGARUH PERIKLANAN HIJAU, CITRA MEREK, DAN KESADARAN HIJAU TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAMPU LED PHILIPS DI JAKARTA SELATAN

Naufal Rizki Ramadhan

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh periklanan hijau, citra merek, dan kesadaran hijau terhadap keputusan pembelian lampu LED merek Philips di Jakarta Selatan. Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan metode pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner secara daring menggunakan google form. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berada di Jakarta Selatan yang pernah menggunakan produk lampu LED Philips. Sampel penelitian ini terdiri dari 195 responden dengan menggunakan rumus *Hair*. Teknik pengumpulan ini pengumpulan ini menggunakan non-probability sampling dengan metode yang digunakan yaitu convenience sampling. Metode analisis data menggunakan Partial Least Square. Berdasarkan temuan dari hasil analisis, bahwa periklanan hijau, citra merek, kesadaran hijau berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian lampu LED Philips di Jakarta Selatan.

Kata kunci: Periklanan Hijau, Citra Merek, Kesadaran Hijau, Keputusan Pembelian

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

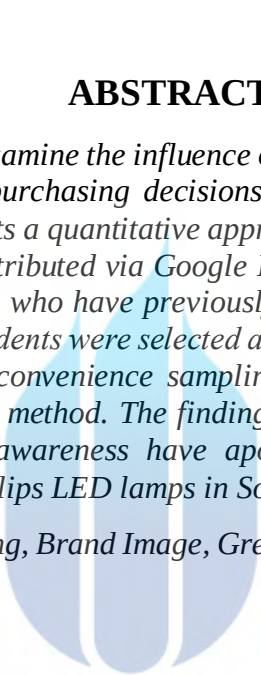
THE INFLUENCE OF GREEN ADVERTISING, BRAND IMAGE, AND GREEN AWARENESS ON PURCHASE DECISION FOR PHILIPS LED LIGHTS IN SOUTH JAKARTA

Naufal Rizki Ramadhan

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of green advertising, brand image, and green awareness on purchasing decisions of Philips LED lamps in South Jakarta. The research adopts a quantitative approach, with data collected through an online questionnaire distributed via Google Forms. The population consists of consumers in South Jakarta who have previously purchased or used Philips LED lamps. A total of 195 respondents were selected as the sample using Hair's formula. The sampling, specifically convenience sampling. Data were analyzed using the Partial Least Square (PLS) method. The findings indicate that green advertising, brand image, and green awareness have a positive and significant effect on purchasing decisions of Philips LED lamps in South Jakarta.

Keywords: Green Advertising, Brand Image, Green Awareness, Purchase Decision



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL.....	0
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	14
1.3 Tujuan Penelitian	14
1.4 Kontribusi Penelitian.....	15
1.4.1. Kontribusi Praktis.....	15
1.4.2. Kontribusi Teoritis	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	16
2.1 Kajian Pustaka.....	16
2.1.1. Manajemen Pemasaran.....	16
2.1.2. Perilaku Konsumen	17
2.1.3. Keputusan Pembelian.....	18
2.1.4. Periklanan Hijau.....	21
2.1.5. Citra Merek	26
2.1.7. Kesadaran Hijau.....	28
2.2 Penelitian Terdahulu	30

2.3	Pengembangan Hipotesis	36
BAB III METODE PENELITIAN		40
3.1	Waktu dan Tempat Penelitian	40
3.2	Desain Penelitian.....	40
3.3	Definisi dan Variabel Operasionalisasi Variabel	41
3.3.1.	Definisi Variabel	41
3.3.2.	Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>)	41
3.3.3.	Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>)	42
3.3.4.	Operasionaliasi Variabel	43
3.4	Skala Pengukuran Variabel.....	46
3.5	Populasi dan Sampel Penelitian	47
3.5.1.	Populasi Penelitian.....	47
3.5.2.	Sampel Penelitian.....	47
3.6	Metode Pengumpulan Data.....	48
3.7	Metode Analisis Data.....	49
3.7.1.	Analisis Deskriptif	49
3.7.2.	Uji Instrumen	51
3.7.3.	Analisis Structural Equation Modeling - Partial Least Square	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		59
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	59
4.2	Statistik Deskriptif	60
4.2.1.	Deskripsi Responden.....	60
4.2.2.	Deskripsi Variabel.....	68
4.3	Uji Instrumen	76
4.4	Analisis Partial Least Square	77
4.4.1.	Evaluasi Measurement Model (<i>Outer Model</i>).....	78
4.4.2.	Pengujian Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	88
4.5	Pembahasan Hasil Penelitian	94
BAB V KESIMPULAN SARAN		97
5.1	Kesimpulan	97
5.2	Saran.....	98

DAFTAR PUSTAKA.....	101
LAMPIRAN.....	108



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Iklan Poster Kampanye Philips	3
Gambar 1. 2 Peralihan dari Lampu Konvensional ke Lampu LED	4
Gambar 1. 3 Top Brand Awards 2024	6
Gambar 1. 4 Produk Berkelanjutan yang Banyak Digunakan Konsumen Indonesia	7
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	39
Gambar 4. 1 Hasil Algoritma PLS	79
Gambar 4. 3 Hasil Algoritma PLS (Modifikasi)	82
Gambar 4. 4 Hasil Uji Bootstrapping.....	94



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Hasil Kuesioner Pra Survei Mengenai Keputusan Pembelian Pada Produk Lampu LED Philips.....	11
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel	43
Tabel 3. 2 Skala Likert	47
Tabel 4. 1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
Tabel 4. 2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	61
Tabel 4. 3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	62
Tabel 4. 4 Deskripsi Berdasarkan Pekerjaan.....	63
Tabel 4. 5 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	64
Tabel 4. 6 Deskripsi Responden Berdasarkan Pernah Membeli atau Menggunakan Lampu LED Philips.....	65
Tabel 4. 7 Deskripsi Responden Berdasarkan Kapan Terakhir Kali Membeli Lampu LED Philips.....	66
Tabel 4. 8 Deskripsi Responden Berdasarkan Di Mana Biasanya Membeli Lampu LED Philips.....	67
Tabel 4. 9 Deskripsi Responden Berdasarkan Dari Mana Mengetahui Informasi atau Iklan Lampu LED Philips.....	68
Tabel 4. 10 Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian.....	69
Tabel 4. 11 Statistik Deskriptif Periklanan Hijau.....	71
Tabel 4. 12 Statistik Deskriptif Citra Merek	73
Tabel 4. 13 Statistik Deskriptif Kesadaran Hijau.....	75
Tabel 4. 14 Hasil Pengujian Convergent Validity	79
Tabel 4. 15 Hasil Pengujian Convergent Validity (Modifikasi)	82
Tabel 4. 16 Hasil Uji Discriminant Validity (Cross Loading).....	84
Tabel 4. 17 Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE).....	86
Tabel 4. 18 Hasil Uji Discriminant Validity (Fornell Lacker Criterion)	87
Tabel 4. 19 Hasil Uji Cronbach's Alpha dan Composite Reliability	88
Tabel 4. 20 Hasil Uji Nilai R-Square (R^2).....	89
Tabel 4. 21 Hasil Uji Nilai Q-Square (Q^2)	90

Tabel 4. 22 Hasil Uji F-Square (F2).....	92
Tabel 4. 23 Hasil Uji Model Fit	93
Tabel 4. 24 Hasil Pengujian Bootstrapping.....	93



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	108
Lampiran 2 Hasil Kuesioner	116
Lampiran 3 Hasil Uji Statistik Deskriptif	135
Lampiran 4 Hasil Output SmartPLS 4.0	144

