

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING, GREEN
PACKAGING* DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP
SUSTAINABILITY PURCHASE DECISION PADA PRODUK
SUSU MBOK DARMI**

SKRIPSI



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Nama: Anggita Ayu Pressilia
NIM: 43122010466

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

2025

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Anggita Ayu Pressilia

NIM : 43122010466

Program Studi : Manajemen S-1

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

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 30 Juni 2025



Anggita Ayu

	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 : ANGGITA AYU PRESSILIA
NIM : 43122010466
Fakultas / Program Studi : FEB / Manajemen
Jenis : Skripsi
Judul Tugas Akhir : PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING, GREEN PACKAGING DAN BRAND AWARENESS TERHADAP SUSTAINABILITY PURCHASE DECISION PADA PRODUK SUSU MBOK DARMI
Hasil Pengecekan Turnitin : 26%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **26%** 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, 18 August 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/Agustus/18/0000001192/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Anggita Ayu Pressilia
NIM : 43122010466
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Social Media Marketing, Green Packaging, dan Brand Awareness terhadap Sustainability Purchase Decision pada Produk Susu Mbok Darmi

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 10 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



Dr. Aldina Shiratina, S.E., M.Si
NIDN/NUPTK: 0426118302

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-04266309



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

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan yang Maha Esa, atas segala rahmat dan ridha-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan judul “Penerapan *Social Media Marketing*, *Green Packaging*, dan *Brand Awareness* Terhadap *Sustainability Purchase Decision* pada Produk Susu Mbok Darmi. Skripsi ini merupakan salah satu syarat kelulusan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, saran dan masukan yang membangun senantiasa penulis terima dengan senang hati. Serta berkat dukungan, motivasi, bantuan, bimbingan, dan doa dari banyak pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. 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, Ph.D selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Aldina Shiratina, SE., M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan, saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, tenaga, dan pikiran yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya proposal ini.
5. Teruntuk kedua orang tua saya yang selalu memberikan doa dan dukungan yang tiada hentinya kepada penulis selama menjalani masa studi sebagai mahasiswa Universitas Mercu Buana.
6. Teruntuk sahabat-sahabat terkasih dan tersayang “PerfectAbis”, terima kasih sudah menjadi rumah ternyaman, termanis selama masa perkuliahan yang selalu mewarnai kehidupan menuju dewasa yang pahit ini dengan canda, tawa, dan kebersamaan yang indah. Terima kasih telah menjadi partner bertumbuh di segala kondisi dunia perkuliahan, menjadi pendengar yang baik untuk penulis serta menjadi orang yang selalu memberikan

semangat dan meyakinkan penulis selama proses skripsi untuk bisa sampai pada titik ini. Terima kasih atas segala dukungan dan kerja samanya di perjalanan yang panjang ini. Special thanks to Deya, terima kasih sudah menjadi teman bimbingan yang selalu kebersamai, memotivasi, mendukung dan membantu. Terima kasih atas support dan bantuan yang diberikan sehingga penulis bisa menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.

7. Kepada seseorang dari tahun 2021 yang tidak bisa penulis sebut namanya. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis, menemani proses perkuliahan penulis, sekaligus patah hati dan segala luka yang diberikan hingga proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih sudah menjadi bagian dari pendewasaan untuk belajar ikhlas, sabar dan menerima arti kehilangan sebagai bentuk proses penempaan menghadapi dinamika hidup. Terima kasih untuk pengalaman terindah yang pernah ada, serta petualangan yang takkan pernah terlupakan. Terima kasih telah menjadi bagian menyenangkan sekaligus menyakitkan dari pendewasaan ini. Pada akhirnya, setiap orang ada masanya dan setiap masa ada orangnya. Terima kasih atas segala rasa, pada hari itu aku pun turut bahagia. Karena aku selalu tau, menyukaimu bukan berarti selalu, memilikimu.
8. Terakhir, kepada diri saya sendiri. Terima kasih sudah bertahan atas segala perjuangan, air mata, dan ketidakpastian di perjalanan panjang ini, meskipun seringkali ingin menyerah dan merasa putus asa. Terima kasih karena telah menemukan kekuatan di dalam ketidakpastian dan kegagalan. Untuk bahu yang masih bertahan hingga saat ini, terima kasih untuk tetap kuat disegala situasi yang berat dan berantakan. Terima kasih telah bertahan sejauh ini.

Jakarta, 30 Juni 2025

Anggita Ayu Pressilia

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORY UMB

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

Nama : Anggita Ayu Pressilia
NIM : 43122010466
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis / Manajemen S-1
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Social Media Marketing, Green Packaging, dan Brand Awareness terhadap Sustainability Purchase Decision pada Produk Susu Mbok Darmi.

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (Non-exclusif 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, 18 Agustus 2026
Yang menyatakan,



Anggita Ayu Pressilia

ABSTRAK

Kesadaran masyarakat terhadap isu lingkungan dan keberlanjutan semakin mendorong untuk memilih product yang tidak hanya berkualitas, tetapi juga ramah lingkungan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Social Media Marketing, Green Packaging, dan Brand Awareness terhadap Sustainability Purchase Decision pada produk susu lokal, Susu Mbok Darmi. Pendekatan penelitian yang dilakukan adalah kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif kausal. Pengumpulan data dilakukan melalui metode survei menggunakan instrumen kuesioner kepada konsumen Susu Mbok Darmi. Jumlah responden ditentukan berdasarkan jumlah indikator penelitian yaitu sebanyak 195 responden. Namun pada tahap pengujian data, jumlah responden yang dianalisis bertambah menjadi 230 responden untuk meningkatkan kekuatan analisis penelitian. Analisis data dilakukan menggunakan metode Partial Least Square (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Social Media Marketing tidak berpengaruh signifikan terhadap Sustainability Purchase Decision, Green Packaging, berpengaruh positif dan signifikan serta menjadi faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian berkelanjutan, sedangkan Brand Awareness menunjukkan pengaruh yang sangat lemah dan tidak signifikan terhadap Sustainability Purchase Decision. Temuan ini menunjukkan bahwa aspek produk seperti kemasan ramah lingkungan, memiliki pengaruh yang lebih kuat dibandingkan aktivitas pemasaran digital maupun tingkat kesadaran merek dalam mendorong keputusan pembelian berkelanjutan konsumen.

Kata Kunci: *Social Media Marketing, Green Packaging, Brand Awareness, Sustainability Purchase Decision.*

ABSTRACT

Public awareness of environmental and sustainability issues is increasingly encouraging people to choose products that are not only high quality but also environmentally friendly. This study aims to analyze the influence of Social Media Marketing, Green Packaging, and Brand Awareness on Sustainability Purchase Decisions for a local dairy product, Susu Mbok Darmi. The research approach used is quantitative with a causal associative research type. Data collection was carried out through a survey method using a questionnaire instrument to consumers of Susu Mbok Darmi. The number of respondents was determined based on the number of research indicators, which was 195 respondents. However, during the data testing stage, the number of respondents analyzed was increased to 230 respondents to increase the strength of the research analysis. Data analysis was carried out using the Partial Least Square (PLS) method. The results showed that Social Media Marketing had no significant effect on Sustainability Purchase Decisions, Green Packaging had a positive and significant effect and was the most dominant factor in influencing sustainable purchasing decisions, while Brand Awareness showed a very weak and insignificant effect on Sustainability Purchase Decisions. These findings indicate that product aspects such as environmentally friendly packaging have a stronger influence than digital marketing activities or Brand Awareness levels in driving consumers' sustainable purchasing decisions.

Keywords: Social Media Marketing, Green Packaging, Brand Awareness, Sustainability Purchase Decision.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	17
C. Tujuan Penelitian.....	17
D. Kontribusi Penelitian.....	18
BAB II	20
KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	20
A. Kajian Pustaka.....	20
6. Penelitian Terdahulu.....	37
B. Pengembangan Hipotesis	42
BAB III.....	45
METODE PENELITIAN	45
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	45
B. Desain Penelitian.....	46
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	47
D. Skala Pengukuran Variabel	57
E. Populasi dan Sampel Penelitian	58
F. Metode Pengumpulan Data	59
G. Metode Analisis Data	59
BAB IV	69
HASIL DAN PEMBAHASAN	69

A. Gambaran Umum Lokasi atau Objek Penelitian.....	69
B. Analisis Deskriptif	71
C. Hasil Analisis Data Partial Least Square (PLS)	79
D. Pembahasan Hasil Penelitian	102
BAB V.....	109
SIMPULAN DAN SARAN	109
A. Kesimpulan	109
B. Saran.....	110
DAFTAR PUSTAKA.....	113



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Penjualan Susu Mbok Darmi	7
Tabel 1. 2 Platform Pemasaran Susu Mbok Darmi	9
Tabel 1. 3 Hasil Pra Survei.....	15
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu.....	37
Tabel 3. 1 Operasional Variabel	49
Tabel 3. 2 Skala Likert	57
Tabel 4. 1 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	71
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	72
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi	73
Tabel 4. 4 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Social Media Marketing	73
Tabel 4. 5 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Green Price	75
Tabel 4. 6 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Brand Awareness	76
Tabel 4. 7 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Sustainability Purchase Decision	77
Tabel 4. 8 Hasil Pengujian Convergent Validity	82
Tabel 4. 9 Hasil Pengujian Convergent Validity	84
Tabel 4. 10 Hasil Uji Discriminant Validity (Fornell Larcker Criterion)	86
Tabel 4. 11 Hasil Uji Heterotrait-Monotrait.....	87
Tabel 4. 12 Hasil Uji AVE.....	89
Tabel 4. 13 Hasil Pengujian Composite Reliability dan Cronbach Alpha.....	90
Tabel 4. 14 Nilai Variabel Endogen	92
Tabel 4. 15 Predictive Relevance (Q2)	93
Tabel 4. 16 Model Fit.....	95
Tabel 4. 17 Hasil Uji Inner VIF	96
Tabel 4. 18 Nilai Effect Size (F2)	97
Tabel 4. 19 Hasil Pengujian Hipotesis	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pengelolaan sampah plastic di Indonesia	2
Gambar 1. 2 Top Brand Susu	5
Gambar 1. 3 Susu Mbok Darmi	6
Gambar 1. 4 Packaging Susu Mbok Darmi.....	10
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	44
Gambar 4. 1 Hasil Algoritma PLS	81
Gambar 4. 2 Hasil Algoritma PLS (Modifikasi).....	84
Gambar 4. 3 Hasil Uji Bootstrapping.....	100

