



**PENGARUH *GREEN PRODUCT*, *GREEN ADVERTISING*, DAN
GREEN TRUST TERHADAP *REPURCHASE INTENTION*
(Studi pada Konsumen Air Minum Dalam Kemasan Merek
AQUA di DKI Jakarta)**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
PUTRI ANANDITA PRATAMA
43122010358

**PROGRAM STUDI SI MANAJEMEN
FAKULTA EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
(2026)**



**PENGARUH *GREEN PRODUCT*, *GREEN ADVERTISING*, DAN
GREEN TRUST TERHADAP *REPURCHASE INTENTION*
(Studi pada Konsumen Air Minum Dalam Kemasan Merek
AQUA di DKI Jakarta)**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

**UNIVERSITAS
PUTRI ANANDITA PRATAMA
43122010358
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI SI MANAJEMEN
FAKULTA EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
(2026)**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Putri Anandita Pratama

NIM 43122010358

Fakultas/Program Studi Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul

"Pengaruh *Green Product*, *Green Advertising*, dan *Green Trust* terhadap *Repurchase Intention* (Studi pada Konsumen Air Minum Dalam Kemasan Merek AQUA di DKI Jakarta)" 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, 19 Agustus 2026

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Putri Anandita Pratama

43122010358

	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 : PUTRI ANANDITA PRATAMA
NIM : 43122010358
Fakultas / Program Studi : FEB / Manajemen
Jenis : Skripsi
Judul Tugas Akhir : PENGARUH GREEN PRODUCT, GREEN ADVERTISING, DAN GREEN TRUST TERHADAP REPURCHASE INTENTION (Studi pada Konsumen Air Minum Dalam Kemasan Merek AQUA di DKI Jakarta)
Hasil Pengecekan Turnitin : 20%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil persentase kemiripan sebesar **20%** 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 September 2026
Kepala Biro Perpustakaan



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Muhammad Arif Budiyanio, M.Hum

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

2026/September/07/0000001282/Muhammad Arif Budiyanio, M.Hum

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Putri Anandita Pratama
NIM : 43122010358
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Green Product, Green Advertising, dan Green Trust terhadap Repurchase Intention (Studi pada Konsumen Air Minum Dalam Kemasan Merek AQUA di DKI Jakarta)

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 14 Agustus 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. H. Suprpto, M.Si

NIDN/NUPTK: 0307066901

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-08266715



Scan QR or click here to
Verification

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil ‘aalamiin, puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, taufik, serta hidayah-Nya. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat, serta seluruh umatnya yang istiqomah di jalan kebenaran hingga akhir zaman. Berkat izin dan pertolongan-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh *Green Product*, *Green Advertising*, dan *Green Trust* terhadap *Repurchase Intention* (Studi pada Konsumen Air Minum Dalam Kemasan Merek AQUA di DKI Jakarta)”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini tentu tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dukungan serta doa dari berbagai pihak. Penulis menyampaikan terima kasih khusus kepada Bapak Dr. H Suprpto, M.Si, selaku dosen pembimbing, atas waktu, bimbingan, dan saran berharga yang telah diberikan. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada

1. Bapak Prof. Dr. Ir. 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 Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dr. Eri Marlapa, S.E., MM., selaku Ketua penguji ujian akhir Skripsi, yang telah memberikan masukan dan saran yang sangat berarti dalam penyempurnaan skripsi ini.
5. Ibu Dr. Catur Widayati, S.E., MM., selaku dosen penguji ujian akhir Skripsi, yang telah memberikan masukan dan saran yang membangun sehingga Skripsi ini dapat menjadi lebih baik.
6. Para dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang dengan penuh dedikasi dan keikhlasan telah mencurahkan ilmu dan pengetahuan yang dimilikinya kepada penulis. Semoga segala ilmu yang telah

diberikan menjadi amal jariyah bagi Bapak/Ibu di hadapan Allah SWT. Aamiin.

7. Ibunda tercinta, Tarinah, dan Ayahanda tercinta, Suparmo, yang merupakan sumber cinta, doa, keteladanan, dan semangat hidup penulis. Semoga Allah SWT membalas segala pengorbanan dengan kesehatan, kebahagiaan, dan keberkahan usia. Aamiin.
8. Adik-adik tersayang, Nazil dan Zahra, terima kasih atas doa, dukungan, dan semangat yang selalu diberikan kepada penulis.
9. Nada Sulamurrozak, terima kasih telah memberikan dukungan, semangat, perhatian, dan doa selama proses penyusunan skripsi ini.
10. Keluarga besar penulis yang selalu memberikan semangat, kasih sayang, serta dukungan moral maupun spiritual yang begitu berarti dalam setiap langkah kehidupan dan proses akademik.
11. Septiana Dewi Romani, Salsa Nabila, Syasyi Dwi Aniqah, Silvia Amanda Meilalana, Azraningtyas Putri Wibowo, dan Ratna sari, selaku sahabat seperjuangan penulis yang telah memberikan dukungan, semangat, dan kebersamaan selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas segala bantuan dan doa yang telah diberikan.
12. Seluruh teman-teman yang telah menjadi mitra diskusi, berbagi pengalaman, dan saling memberikan dukungan selama menjalani proses perkuliahan hingga menyelesaikan pendidikan sarjana ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat berbagai keterbatasan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan guna perbaikan di masa mendatang. Semoga karya ilmiah ini dapat memberikan kontribusi positif dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang pemasaran berkelanjutan. Akhir kata, semoga seluruh proses dan hasil penyusunan skripsi ini mendapat ridha Allah SWT dan menjadi amal yang diridhai-Nya.

Jakarta, 19 Agustus 2026



Putri Anandita Pratama

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

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

Nama	= Putri Anandita Pratama
NIM	= 43122010358
Fakultas/Program Studi	= Ekonomi dan Bisnis/ S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir	= Pengaruh <i>Green Product</i> , <i>Green Advertising</i> , dan <i>Green Trust</i> terhadap Repurchase Intention (Studi pada Konsumen Air Minum Dalam Kemasan Merek AQUA di DKI Jakarta)

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, 1 September 2026
Yang menyatakan,



(Putri Anandita Pratama)

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

PENGARUH *GREEN PRODUCT*, *GREEN ADVERTISING*, DAN *GREEN TRUST* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION*
(Studi pada Konsumen Air Minum Dalam Kemasan Merek AQUA di DKI Jakarta)

PUTRI ANANDITA PRATAMA

ABSTRAK

Studi ini mengkaji keterkaitan produk hijau, iklan hijau, dan kepercayaan hijau dengan niat pembelian kembali air minum dalam kemasan AQUA oleh masyarakat DKI Jakarta. Penelitian mencakup konsumen AQUA yang berada di kawasan DKI Jakarta sebagai populasi sasaran. Sebanyak 160 orang dipilih menjadi responden melalui pendekatan non-probability sampling dengan teknik purposive sampling. Peneliti memperoleh data melalui penyebaran kuesioner kepada individu yang memenuhi karakteristik sampel yang telah ditetapkan sebelumnya. Pengolahan data memakai pendekatan Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan perangkat lunak SmartPLS 4. Hasil pengujian menunjukkan bahwa karakteristik produk hijau mampu meningkatkan secara signifikan niat konsumen untuk membeli kembali AMDK AQUA di DKI Jakarta. Iklan hijau juga memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap keinginan konsumen melakukan pembelian ulang produk tersebut. Kepercayaan hijau AQUA turut memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keinginan melakukan pembelian kembali di wilayah DKI Jakarta.

Kata Kunci: Produk Hijau, Iklan Hijau, Kepercayaan Hijau, Niat Pembelian Ulang, dan AQUA.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PENGARUH GREEN PRODUCT, GREEN ADVERTISING, DAN GREEN
TRUST TERHADAP REPURCHASE INTENTION**

**(Studi pada Konsumen Air Minum Dalam Kemasan Merek AQUA di DKI
Jakarta)**

PUTRI ANANDITA PRATAMA

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of green product, green advertising, and green trust on the repurchase intention of AQUA bottled drinking water (AMDK) consumers in the Special Capital Region of Jakarta (DKI Jakarta). The population of this study consisted of all consumers of AQUA bottled drinking water (AMDK) in DKI Jakarta. A total of 160 respondents were selected using a non-probability sampling technique through purposive sampling. Data were collected using a questionnaire distributed to respondents who met the predetermined criteria. Data were analyzed using the Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method with the assistance of SmartPLS 4.0 software. The findings indicate that green product has a positive and significant effect on repurchase intention among consumers of AQUA bottled drinking water (AMDK) in DKI Jakarta. Green advertising also has a positive and significant effect on repurchase intention among consumers of AQUA bottled drinking water (AMDK) in DKI Jakarta. Furthermore, green trust has a positive and significant effect on repurchase intention among consumers of AQUA bottled drinking water (AMDK) in DKI Jakarta.

Kata Kunci: *Green Product, Green Advertising, Green Trust, Repurchase Intention,*
and AQUA.

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 UNTUK KEPENTINGAN AKADEMISI	vii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	xi
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	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 Pemasaran	12
2.1.2 Perilaku Konsumen	19
2.1.3 <i>Repurchase Intention</i>	22
2.1.4 <i>Green product</i>	25
2.1.5 <i>Green advertising</i>	27
2.1.6 <i>Green trust</i>	29
2.2 Penelitian Terdahulu	31
2.3 Pengembangan Hipotesis	37
2.3.1 Pengaruh <i>Green product</i> terhadap <i>Repurchase intention</i>	37
2.3.2 Pengaruh <i>Green advertising</i> terhadap <i>Repurchase intention</i>	38
2.3.3 Pengaruh <i>Green trust</i> terhadap <i>Repurchase intention</i>	39
2.4 Kerangka Pemikiran	39
BAB III METODE PENELITIAN	42
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian.....	42
3.1.1 Waktu penelitian.....	42
3.1.2 Tempat Penelitian.....	42
3.2 Design Penelitian.....	42
3.3 Definisi dan Operasional Variabel.....	43

3.3.1	Definisi Variabel.....	43
3.3.2	Operasionalisasi Variabel	44
3.4	Skala Pengukuran Variabel.....	47
3.5	Populasi dan Sampel Penelitian	48
3.5.1	Populasi Penelitian.....	48
3.5.2	Sampel Penelitian.....	48
3.6	Metode Pengumpulan Data	49
3.7	Metode Analisis Data	50
3.7.1	Analisis Deskriptif	50
3.7.2	Uji Instrumen	51
3.7.3	Analisis Partial Least Squares.....	51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		57
4.1	Analisis Deskriptif.....	57
4.1.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian	57
4.1.2	Deskripsi Responden.....	58
4.1.3	Deskripsi Variabel	60
4.2	Analisis Partial Least Squares	65
4.2.1	Hasil Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	65
4.3.2	Hasil Pengujian Model Pengukuran (<i>Inner Model</i>)	71
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian	75
4.3.1	Pengaruh <i>Green product</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	75
4.3.2	Pengaruh <i>Green Advertising</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	75
4.3.3	Pengaruh <i>Green Trust</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	76
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		77
5.1	Kesimpulan.....	77
5.2	Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA.....		81
LAMPIRAN.....		89

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 1.1	Pra Survei	6
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3.1	Operasional Variabel	44
Tabel 3.2	Skala Likert	47
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	59
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	59
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	60
Tabel 4.5	Deskripsi Variabel <i>Green Product</i>	60
Tabel 4.6	Deskripsi Variabel <i>Green Advertising</i>	62
Tabel 4.7	Deskripsi Variabel <i>Green Trust</i>	63
Tabel 4.8	Deskripsi Variabel <i>Repurchase Intention</i>	64
Tabel 4.9	Hasil Uji <i>Convergant Validity</i>	65
Tabel 4.10	Hasil Uji <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	6
Tabel 4.11	Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Fornell-Larcker Criterion)</i>	6
Tabel 4.12	Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Heteroit-Monotrait Ratio)</i>	6
Tabel 4.13	Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i>	6
Tabel 4.14	Hasil Uji <i>Croanbac's Alpha Dan Composite Reliability</i>	70
Tabel 4.15	Hasil Uji <i>R-Square (R^2)</i>	71
Tabel 4.16	Hasil Uji <i>F-Square (F^2)</i>	72
Tabel 4.17	Hasil Uji <i>Q-Square ($Q^2_{predict}$)</i>	72
Tabel 4.18	Hasil Uji Hipotesis	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 1.1	Proyeksi Timbulan Sampah Plastik di Indonesia	2
Gambar 1.2	Komparasi Top Brand Indeks Air Minum Dalam Kemasan	4
Gambar 1.3	Hasil Pra-Survei <i>Repurchase Intention</i>	5
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran.....	40
Gambar 4.1	Hasil Uji PLS-SEM Algorithm	66
Gambar 4.2	Hasil Uji <i>Boostrapping</i>	73



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
Lampiran 1.	Kuesioner Penelitian.....	89
Lampiran 2.	Hasil Jawaban Responden	93
Lampiran 3.	Deskripsi Responden	108
Lampiran 4.	Deskripsi Variabel.....	110
Lampiran 5.	Hasil Uji Pengukuran <i>Outer Model</i>	114
Lampiran 6.	Hasil Uji Pengukuran <i>Inner Model</i>	117

