



**PENGARUH GREEN AWARENESS, SOCIAL MEDIA,
DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MINUMAN TEH SUSU CHATIME DI KOTA
JAKARTA**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

**U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A**

**Ananda Tasykia Azahra Putri Sanusi
43122110028**

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



**PENGARUH GREEN AWARENESS, SOCIAL MEDIA,
DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MINUMAN TEH SUSU CHATIME DI KOTA
JAKARTA**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**Ananda Tasykia Azahra Putri Sanusi
43122110028**

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

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ananda Tasykia Azahra Putri Sanusi
NIM : 43122110028
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:

“Pengaruh Green Awareness, Social Media, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Teh Susu Chatime Di Kota 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, 6 Agustus 2026



Ananda Tasykia
NIM 43122110028

	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 : ANANDA TASYKIA AZAHRA PUTRI SANUSI
NIM : 43122110028
Fakultas / Program Studi : FEB / Manajemen
Jenis : Skripsi
Judul Tugas Akhir : PENGARUH GREEN AWARENESS, SOCIAL MEDIA, DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN TEH SUSU CHATIME DI KOTA JAKARTA
Hasil Pengecekan Turnitin : 22%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **22%** 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, 23 September 2026
Kepala Biro Perpustakaan



Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

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

2026/September/23/0000001520/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Ananda Tasykia Azahra Putri Sanusi
NIM : 43122110028
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Green Awareness, Social Media, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Teh Susu Chatime di Kota Jakarta

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 02 September 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-09266925



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

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

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

Nama : Ananda Tasykia Azahra Putri Sanusi
NIM : 43122110028
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/Manajemen
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Green Awareness, Social Media, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Teh Susu Chatime Di Kota 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.

MERCU BUANA

Jakarta, 6 Agustus 2026

Yang menyatakan,



(Ananda Tasykia)

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Proposal Skripsi ini dengan judul " **Pengaruh Green Awareness, Social Media, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Teh Susu Chatime Di Kota Jakarta**". Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari bahwa penyelesaian Skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari Ibu Dr. Aldina Shiratina, SE., M.Si. selaku Dosen yang membimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan serta nasehat yang sangat bermanfaat untuk penulis. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Andi Andriansyah, M.Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, Ph.D., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Dr. Aldina Shiratina, SE., M.Si., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, saran, dan motivasi yang sangat bermanfaat bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Seluruh dosen dan staf Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana atas dedikasi dalam membagikan ilmu dan pengalaman di bidang manajemen.
6. Kedua orang tua Bapak Aria dan Ibu Yuanita, serta Adik Aisyah yang senantiasa memberikan doa dan dukungan yang tidak pernah berhenti diberikan kepada penulis. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan dan keberkahan kepada kalian.
7. Claudia Agustina dan Cecilia Zefanya, atas kehadiran dan dukungan yang selalu menjadi penguat di setiap langkah perjuangan penulis.
8. Seluruh responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian ini, sehingga penulis dapat memperoleh data yang relevan dan valid.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak demi perbaikan kedepannya. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis maupun pembaca.

Jakarta, 6 Agustus 2026

Ananda Tasykia
43122110028

**PENGARUH GREEN AWARENESS, SOCIAL MEDIA,
DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MINUMAN TEH SUSU CHATIME DI KOTA JAKARTA**

ANANDA TASYKIA AZAHRA PUTRI SANUSI

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Green Awareness*, *Social Media*, dan *Brand Image* terhadap keputusan pembelian minuman teh susu Chatime di wilayah Kota Jakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang menggunakan desain kausal dan teknik sampling purposive. Penelitian ini melibatkan 177 responden yang pernah membeli minuman teh susu di wilayah Jakarta. Structural Equation Modeling Partial Least Squares (SEM-PLS) dengan bantuan SmartPLS 4 digunakan untuk melakukan analisis data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *green awareness*, *social media*, dan *brand image* berdampak positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen untuk membeli minuman teh susu. Variabel citra merek merupakan yang paling berpengaruh terhadap keputusan konsumen. Diharapkan penelitian ini akan membantu perusahaan minuman teh susu membuat keputusan pembelian yang lebih baik dengan mendorong kesadaran lingkungan, optimalisasi media sosial, dan penguatan citra merek.

Kata Kunci: *Green Awareness*, *Social Media*, *Brand Image*, Keputusan Pembelian, Minuman Teh Susu, *SEM-PLS*

THE INFLUENCE OF GREEN AWARENESS, SOCIAL MEDIA, AND BRAND IMAGE ON PURCHASE DECISION OF CHATIME MILK TEA CONSUMERS IN JAKARTA

ANANDA TASYKIA AZAHRA PUTRI SANUSI

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Green Awareness, Social Media, and Brand Image on the purchase decisions of milk tea Chatime consumers in Jakarta. This study employed a quantitative approach with a causal research design and a purposive sampling technique. A total of 177 respondents who had purchased milk tea products in Jakarta participated in this study. Data were analyzed using Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS) with the assistance of SmartPLS 4. The results indicate that Green Awareness, Social Media, and Brand Image have a positive and significant influence on purchase decisions. Among the three independent variables, Brand Image has the strongest influence on purchase decisions. This study is expected to serve as a reference for milk tea businesses in developing effective marketing strategies by enhancing environmental awareness, optimizing social media utilization, and strengthening brand image to encourage consumers' purchase decisions.

Keywords: *Green Awareness, Social Media, Brand Image, Purchasing Decisions, milk tea Drinks, SEM-PLS*

MERCU BUANA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
HALAMAN SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA	
ILMIAH DI REPOSITORI UMB.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah.....	14
C. Tujuan Penelitian.....	15
D. Kontribusi Penelitian.....	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	17
A. Kajian Pustaka.....	17
B. Pengembangan Hipotesis.....	44
C. Kerangka Konseptual.....	48
BAB III METODE PENELITIAN.....	49
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	49
B. Desain Penelitian.....	50
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	51
D. Skala Pengukuran Variabel.....	55
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	55
F. Metode Pengumpulan Data.....	59
G. Metode Analisis Data.....	61
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	65
A. Gambaran Umum dan Objek Penelitian.....	65
B. Analisis Deskriptif.....	67
C. Analisis Deskriptif Jawaban Responden.....	70
D. Analisis Partial Least Square (PLS).....	75
E. Hasil Pengujian Hipotesis.....	89
F. Pembahasan.....	92
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	96
A. Kesimpulan.....	96
B. Saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA.....	102
LAMPIRAN.....	107

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Top Brand Index milk tea Dalam Tahun 2021-2025	9
1.2	Pertumbuhan Jumlah Gerai Chatime di Indonesia 2022-2026	9
1.3	Pra-Survei	11
2.1	Operasionalisasi Teori dalam Penelitian ini	18
2.2	Keterkaitan SDGs dengan Variabel Penelitian	19
2.3	Hasil Penelitian Terdahulu	38
3.1	Operasionalisasi Variabel Penelitian	53
3.2	Pengukuran Skala Likert	55
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	67
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	67
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi	68
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	69
4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Media Platform	69
4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Produk	70
4.7	Deskriptif Variabel Green Awareness	71
4.8	Deskriptif Variabel Social Media	72
4.9	Deskriptif Variabel Brand Image	73
4.10	Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	74
4.11	Hasil Pengujian Convergent Validity (Outer Loading)	77
4.12	Hasil Pengujian Discriminant Validity (Cross Loading)	79
4.13	Nilai Average Variance Extracted (AVE)	81
4.14	Hasil Pengujian Discriminant Validity (Fornell-Larcker Criterion)	81
4.15	Hasil Pengujian Discriminant Validity (Heteroit-Monotrait Ratio)	82
4.16	Nilai Uji Reliabilitas	83
4.17	Nilai Uji R-Square	85
4.18	Nilai Uji F-Square	86
4.19	Nilai Model Fit	87
4.20	Nilai Uji Q-Square	88
4.21	Hasil Uji Hipotesis	90

DAFTAR GAMBAR

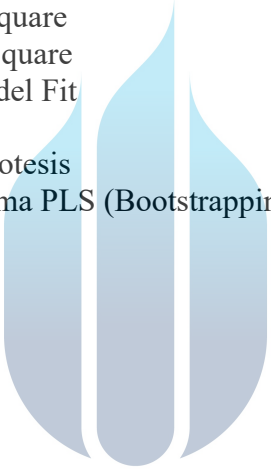
Tabel	Judul	Halaman
1.1	Berbagai Inovasi Kemasan Ramah Lingkungan (Eco-Friendly Packaging) pada Industri Retail	4
1.2	Implementasi Kemasan Paper Cup dan Desain Tutup Sip-lid pada Gerai Chatime	4
2.1	Kerangka Konseptual	48
3.1	Hasil Analisis Ukuran Sampel Minimal dengan G*Power	57
4.1	Hasil Algoritma PLS	78
4.2	Hasil Uji Bootstrapping	91



U N I V E R S I T A S
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner Penelitian	107
2	Tabulasi Jawaban Responden	112
3	Uji Instrumen	132
3a	Hasil Uji Instrumen Algoritma PLS	132
3b	Hasil Uji Instrumen dengan Convergent Validity	133
3c	Hasil Uji Instrumen dengan Convergent Validity	134
3d	Hasil Uji AVE, Composite Reliability, dan Cronbach's Alpha	135
3e	Hasil Uji R-Square	135
3f	Hasil Uji F-Square	136
3g	Hasil Uji Q-Square	136
3h	Hasil Uji Model Fit	136
3i	Chart	137
3j	Hasil Uji Hipotesis	141
3k	Hasil Algoritma PLS (Bootstrapping)	142



UNIVERSITAS
MERCU BUANA