



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK HIJAU,
DAN SIKAP RAMAH LINGKUNGAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SARI ROTI**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

Nama: Teja Artyoso
NIM : 43122010189

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

2026



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK HIJAU,
DAN SIKAP RAMAH LINGKUNGAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SARI ROTI**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

**Nama: Teja Artyoso
NIM : 43122010189**

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

2026

SKRIPSI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Teja Artyoso
NIM : 43122010189
Program Studi : Manajemen S-1

Menyatakan bahwa 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 skripsi ini apabila terbukti melakukan Tindakan Plagiat (penjiplakan). Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 29 Juni 2026



Teja Artyoso

NIM 43122010189

	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 : TEJA ARTYOSO
NIM : 43122010189
Fakultas / Program Studi : FEB / Manajemen
Jenis : Skripsi
Judul Tugas Akhir : PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK HIJAU, DAN SIKAP RAMAH LINGKUNGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SARI ROTI
Hasil Pengecekan Turnitin : 11%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **11%** 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, 28 September 2026
Kepala Biro Perpustakaan



Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

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

2026/September/28/0000001570/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

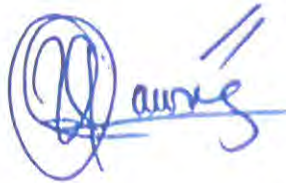
Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Teja Artyoso
NIM : 43122010189
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir : PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK HIJAU
DAN SIKAP RAMAH LINGKUNGAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SARI ROTI

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 17 Juli 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. Devy Mawarnie Puspitasari, SE., MM
NIDN/NUPTK: 0310128102

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-08266625



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

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Product Quality, Green Brand Image, and Environmentally Friendly Attitude on Purchase Decisions of Sari Roti Products. The research is motivated by the growing consumer awareness of environmental issues and the importance of sustainability in choosing food products, especially amid the intense competition in Indonesia's bakery industry. A quantitative approach was used, with data collected through a survey of 119 respondents who are active Sari Roti consumers and have environmental awareness. The sampling technique used was purposive sampling. Data were collected using a questionnaire distributed through Google Form as the research instrument and were analyzed using SmartPLS 4.0 software. The results indicate that Product Quality, Green Brand Image, and Environmentally Friendly Attitude have a positive and significant effect on the Purchase Decision of Sari Roti Product.

Keywords: *Product Quality, Green Brand Image, Environmentally Friendly Attitude, Purchase Decision.*



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Hijau, dan Sikap Ramah Lingkungan terhadap Keputusan Pembelian Produk Sari Roti. Latar belakang penelitian ini didasari oleh meningkatnya kesadaran konsumen terhadap isu lingkungan dan pentingnya keberlanjutan dalam memilih produk pangan, khususnya di tengah persaingan ketat industri roti di Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif dengan metode survei melalui kuesioner terhadap 119 responden yang merupakan konsumen aktif Sari Roti dan memiliki kepedulian terhadap lingkungan. Data dianalisis menggunakan bantuan *software* SmartPLS 4.0. Dengan teknik yang digunakan adalah *Purposive Sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner melalui *Google Form* sebagai instrumen penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk, Citra Merek Hijau, dan Sikap Ramah Lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk Sari Roti.

Kata kunci: Kualitas Produk, Citra Merek Hijau, Sikap Ramah Lingkungan, Keputusan Pembelian.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan Rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul ***“Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Hijau, dan Sikap Ramah Lingkungan terhadap Keputusan Pembelian Produk Sari Roti”***. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Dalam penulisan penelitian ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang berarti dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini. Adapun penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M. Eng., MT, 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. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
5. Untuk Ibu Dr. Devy Mawarnie Puspitasari, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing penelitian yang telah memberikan saran, waktu, pengetahuan, dan nasehat- nasehat yang bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini.

6. Untuk Ibu tercinta, Siti Ayunah. Karya ini penulis persembahkan sebagai ungkapan cinta dan terima kasih atas doa, ketulusan, dan pengorbanan yang menjadi fondasi setiap langkah hidup dan akademik.
7. Untuk almarhum Ayah tercinta Bapak Sartono, meski ragamu telah tiada, semangat, nilai, dan doa-doamu tetap hidup dalam jiwa penulis. Karya ini menjadi wujud bakti yang terlambat, namun penuh cinta dan kerinduan. Semoga Allah SWT menempatkan Ayah di tempat terbaik di sisi-Nya.
8. Saudara-saudara tercinta: Arief Muwahid, Seno Setyadi, Al Hakim Saipul Mujab, dan Maya Saphira, terima kasih atas kebersamaan, dukungan moral, serta semangat yang kalian tularkan dalam setiap langkah penulis.

Penelitian ini disadari masih mengandung berbagai kekurangan dan ketidaksempurnaan. Oleh karena itu, saran, masukan, dan kritik yang bersifat membangun sangat diharapkan dari berbagai pihak. Dengan penuh kerendahan hati, permohonan maaf disampaikan apabila terdapat kekeliruan atau kelemahan dalam penyusunan skripsi ini. Akhir kata, besar harapan agar skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan, baik bagi penulis secara pribadi maupun bagi para pembaca secara umum.

Jakarta, 18 Juni 2026

Teja Artyoso
43122010189

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

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

Nama : TEJA ARTYOSO
NIM : 43122010189
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis / Manajemen
Judul Tugas Akhir : PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK HIJAU, DAN SIKAP RAMAH LINGKUNGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SARI ROTI

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, 29 September 2026

Yang menyatakan,



(TEJA ARTYOSO)

DAFTAR ISI

PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK HIJAU, DAN SIKAP RAMAH LINGKUNGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SARI ROTI.....	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
HALAMAN SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	18
1.3 Tujuan Penelitian.....	18
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	20
2.1 Kajian Pustaka	20
2.1.1 <i>Theory Green Marketing</i>	20
2.1.2 <i>Theory of Planned Behavior (TPB)</i>	22
2.1.3 <i>Sustainable Development Goals (SDGs)</i>	22
2.1.4 <i>Keputusan Pembelian</i>	24

2.1.5	Kualitas Produk	25
2.1.6	Citra Merek Hijau	27
2.1.7	Sikap Ramah Lingkungan	29
2.2	Penelitian Terdahulu	31
2.3	Pengembangan Hipotesis	40
(1)	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	40
(2)	Pengaruh Citra Merek Hijau Terhadap Keputusan Pembelian	41
(3)	Pengaruh Sikap Ramah Lingkungan Terhadap Keputusan Pembelian	41
2.4	Kerangka Konseptual.....	42
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		46
3.1	Waktu dan Tempat Penelitian.....	46
3.2	Desain Penelitian.....	46
3.3	Definisi dan Operasionalisasi Variabel	47
3.3.1	Variabel Penelitian	47
3.3.2	Operasional Variabel	49
3.4	Skala Pengukuran Variabel.....	58
3.5	Populasi dan Sampel.....	60
3.5.1	Populasi	60
3.5.2	Sampel	61

3.6	Metode Pengumpulan Data	63
3.7	Metode Analisis Data.....	63
3.7.1	Analisis Deskriptif	64
3.8	Analisis <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	65
3.8.1	Pengertian <i>Partial Least Square</i> (PLS)	65
3.8.2	Evaluasi <i>Measurement Model (Outer Model)</i>	66
3.8.3	Evaluasi <i>Structural Model (Inner Model)</i>	69
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		73
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	73
4.2	Analisis Deskriptif.....	74
4.2.1	Deskripsi Responden	75
4.2.2	Deskripsi Variabel	80
4.3	Hasil Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	86
4.3.1	Evaluasi <i>Measurement Model (Outer Model)</i>	86
4.3.2	Evaluasi <i>Structural Model (Inner Model)</i>	98
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian.....	104
4.4.1	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (H1)	104
4.4.2	Pengaruh Citra Merek Hijau terhadap Keputusan Pembelian (H2)	105
4.4.3	Pengaruh Sikap Ramah Lingkungan terhadap Keputusan Pembelian (H3)	105

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	106
5.1 Kesimpulan.....	106
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	107
5.3 Saran	108
5.3.1 Saran Bagi Perusahaan	108
5.3.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	109
DAFTAR PUSTAKA.....	111
LAMPIRAN.....	117



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Market Share Roti Tahun 2021-2024	2
Tabel 1.2	Hasil Wawancara Terhadap Sepuluh Konsumen Sari Roti	2
Tabel 1.3	Praktik ESG Perusahaan Berdasarkan Aspek Lingkungan	7
Tabel 1.4	Hasil Pra-Survei	13
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3.1	Operasional Variabel	50
Tabel 3.2	Instrumen Skala	59
Tabel 4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	75
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan Usia	76
Tabel 4.3	Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	77
Tabel 4.4	Responden Berdasarkan Profesi	78
Tabel 4.5	Tabel Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	79
Tabel 4.6	Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian	81
Tabel 4.7	Deskripsi Kualitas Produk	82
Tabel 4.8	Deskripsi Variabel Citra Merek Hijau	83
Tabel 4.9	Deskripsi Variabel Sikap Ramah Lingkungan	85
Tabel 4.10	Eleminasi Indikator	87
Tabel 4.11	Hasil Uji <i>Factor Loading</i>	89
Tabel 4.12	Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i>	91
Tabel 4.13	Hasil Uji <i>Convergent Validity</i>	94
Tabel 4.14	Hasil Uji <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	95
Tabel 4.15	Hasil Uji <i>Heterotrait-Monotrait Ratio</i> (HTMT)	95
Tabel 4.16	Hasil Uji <i>Composite Reliability</i>	97
Tabel 4.17	<i>Collinearity Statistic</i>	98
Tabel 4.18	Nilai <i>R-Square</i> (R^2)	98
Tabel 4.19	Nilai <i>F-Square</i> (F^2)	99
Tabel 4.20	Hasil Uji Nilai <i>Q-Square</i> (Q^2)	100
Tabel 4.21	Hasil Uji Model Fit	101
Tabel 4.22	Hasil Uji Hipotesis	102

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Preferensi Belanja Konsumen	5
Gambar 1.2	Komitmen empat perusahaan menerapkan ESG	6
Gambar 2.1	<i>Sustainable Development Goals</i> (SDGs)	23
Gambar 2.2	Kerangka Konseptual Sumber	45
Gambar 3.1	G*Power 3.1.9.4	62
Gambar 4.1	Hasil <i>Algorithm</i> PLS	88
Gambar 4.2	Hasil <i>Algorithm</i> PLS	90
Gambar 4.3	Hasil <i>Output Bootstrapping</i>	103

