PENGARUH KEINGINAN EMOSIONAL, KESADARAN HIJAU, DAN KEMASAN HIJAU TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

(STUDI PADA KONSUMEN CHATIME DI JABODETABEK)

TUGAS AKHIR

SKRIPSI

PUPUT APRIANI BRIA

43122010028

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2026

lib.mercubuana.ac.id

PENGARUH KEINGINAN EMOSIONAL, KESADARAN HIJAU, DAN KEMASAN HIJAU TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

(STUDI PADA KONSUMEN CHATIME DI JABODETABEK)

TUGAS AKHIR

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

PUPUT APRIANI BRIA

43122010028

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2026

lib.mercubuana.ac.id

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Puput Apriani Bria
NIM	: 43122010028
Fakultas/Program Studi	: Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:
"Pengaruh Keinginan Emosional, Kesadaran Hijau, dan Kemasan Hijau Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Chatime di Jabodetabek)" 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 apapun.

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, 22 Juni 2026



Puput Apriani Bria

lib.mercubuana.ac.id

MERCU BUANA	**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	: PUPUT APRIANI BRIA
NIM	: 43122010028
Fakultas / Program Studi	: FEB / Manajemen
Jenis	: Skripsi
Judul Tugas Akhir	: PENGARUH KEINGINAN EMOSIONAL, KESADARAN HIJAU, DAN KEMASAN HIJAU TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Konsumen Chatime di Jabodetabek)
Hasil Pengecekan Turnitin	: 28%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **28%** 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.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Jakarta, 26 August 2026

Kepala Biro Perpustakaan

Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

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

2026/Agustus/26/0000001225/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

lib.mercubuana.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama	:	Puput Apriani Bria
NIM	:	43122010028
Fakultas/Program Studi	:	Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir	:	PENGARUH KEINGINAN EMOSIONAL, KESADARAN HIJAU, DAN KEMASAN HIJAU TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Konsumen Chatime di Jabodetabek)

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 29 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. Daru Asih, M.Si
NIDN/NUPTK: 0313037102

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis	Ketua Program Studi S1 Manajemen
Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA	Dudi Permana, Ph.D
NIDN/NUPTK: 0307036901	NIDN/NUPTK: 1018037701

LPTA-08266611

Scan QR or click here to Verification

lib.mercubuana.ac.id

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas seluruh rahmat, anugerah, serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul "Pengaruh Keinginan Emosional, Kesadaran Hijau, dan Kemasan Hijau Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Chatime di Jabodetabek)".

Tidak sedikit kendala dan tantangan yang dihadapi penulis selama proses penyusunan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua tercinta, Mama dan Papa, serta adik yang senantiasa memberikan doa, semangat, dukungan moral maupun material, serta motivasi yang tiada henti kepada penulis hingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan dengan baik.

Tidak lupa, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Dr. Daru Asih, M.Si., selaku Dosen Pembimbing Skripsi, atas bimbingan, bantuan, dukungan, dan perhatian yang telah diberikan selama proses penyusunan Tugas Akhir ini. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada berbagai pihak, terutama kepada:

1. Prof Dr. Andi Andriansyah, M. Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

lib.mercubuana.ac.id

3. Dudi Permana, Ph.D., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Arief Bowo Prayoga Kasmo, S.E., M.M., Ph.D., selaku Dosen Penelaah seminar proposal dan Ketua Penguji yang telah memberikan masukan, arahan, dan saran yang sangat berarti untuk perbaikan Tugas Akhir ini.
5. Dr. Tafiprios, S.E., M.M., selaku Dosen Penguji II yang telah memberikan masukan, saran dan pengetahuan yang bermanfaat untuk menyempurnakan Tugas Akhir ini.
6. Para dosen program studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana dengan dedikasi dan keikhlasannya telah memberikan segala ilmu yang dimilikinya.
7. Bapak dan Ibu staf administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang senantiasa memberikan bantuan dan pelayanan dalam berbagai keperluan administrasi selama masa perkuliahan.
8. Teman-teman seperjuangan yaitu DDD (Cindy, Dimas, Euis, Almarhum Fajar, Juan, Mia, Putri, dan Thania), Geuliz (Amel, Ardhita, dan Thania), serta teman-teman magang (Arin, Bintang, Ciki, Dimas, Doni, Fahmi, Naufal, Rizki, Sakila, dan Tiara). Terima kasih atas kebersamaan, dukungan, masukan, saran, serta menjadi teman berdiskusi dan berbagi pengalaman yang telah dilalui selama masa perkuliahan maupun pelaksanaan magang. Semoga kesuksesan senantiasa menyertai setiap langkah kita, serta segala cita-cita dan harapan yang telah diupayakan dapat terwujud di masa depan.

lib.mercubuana.ac.id

9. Teman-teman di program studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana Angkatan 2022 atas semangat dan dukungan yang diberikan dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
10. Kakak tingkat di Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Universitas Mercu Buana Executive Economic Musketeers (The Executeers) yang sudah membantu dan memberikan dukungan.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih memiliki keterbatasan dan kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sebagai bahan perbaikan di masa yang akan datang. Akhir kata, semoga Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat, menambah wawasan dan pengetahuan, serta memberikan kontribusi bagi penulis maupun pembaca.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 22 Juni 2026



Puput Apriani Bria

lib.mercubuana.ac.id

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

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

Nama	: Puput Apriani Bria
NIM	: 43122010028
Fakultas/Program Studi	: Fakultas Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir	: Pengaruh Keinginan Emosional, Kesadaran Hijau, dan Kemasan Hijau Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Chatime di Jabodetabek)

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, 11 September 2026

Yang menyatakan,



Puput Apriani Bria

lib.mercubuana.ac.id

PENGARUH KEINGINAN EMOSIONAL, KESADARAN HIJAU, DAN KEMASAN HIJAU TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

(STUDI PADA KONSUMEN CHATIME DI JABODETABEK)

PUPUT APRIANI BRIA

ABSTRAK

Tingginya permasalahan sampah di Indonesia menunjukkan pentingnya penerapan pemasaran hijau, kondisi ini mendorong pelaku usaha, termasuk industri minuman teh boba seperti Chatime untuk melakukan berbagai inovasi berkelanjutan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Keinginan Emosional, Kesadaran Hijau, dan Kemasan Hijau terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Chatime di Jabodetabek. Populasi dalam penelitian ini terdiri dari konsumen yang pernah melakukan pembelian produk Chatime dalam kurun waktu tiga bulan terakhir. Sampel sebanyak 180 responden diperoleh menggunakan *non-probability sampling* yaitu *purposive sampling* dan ditentukan menggunakan rumus Hair. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner secara online melalui *google form* dan dianalisis menggunakan metode *Structural Equation Modeling-Partial Least Square* (SEM-PLS) melalui aplikasi lunak SmartPLS 4.0. Hasil menunjukkan bahwa Keinginan Emosional memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Kesadaran Hijau juga memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Demikian pula, Kemasan Hijau juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Temuan ini menunjukkan bahwa Chatime perlu memperkuat aspek emosional konsumen dan terus mengembangkan inovasi kemasan hijau sebagai strategi pemasaran berkelanjutan, serta peningkatan komunikasi mengenai manfaat penggunaan produk ramah lingkungan untuk mengoptimalkan peran kesadaran hijau.

Kata Kunci: Keinginan Emosional, Kesadaran Hijau, Kemasan Hijau, Keputusan Pembelian, Chatime.

lib.mercubuana.ac.id

THE INFLUENCE OF EMOTIONAL DESIRE, GREEN AWARENESS, AND GREEN PACKAGING ON PURCHASE DECISIONS

(A STUDY OF CHATIME CONSUMERS IN JABODETABEK)

PUPUT APRIANI BRIA

ABSTRACT

The significant waste problem in Indonesia highlights the importance of implementing green marketing; this situation drives business operators including the boba tea industry, such as Chatime to pursue various sustainability innovations. This study aims to examine the influence of Emotional Desire, Green Awareness, and Green Packaging on the purchasing decisions of Chatime consumers in the Jabodetabek area. The study population consists of consumers who have purchased Chatime products within the last three months. A sample of 180 respondents was obtained using non-probability sampling (purposive sampling) and determined using Hair's formula. Data were collected via online questionnaires (Google Forms) and analyzed using the Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS) method with SmartPLS 4.0 software. The results indicate that Emotional Desire has a positive and significant influence on purchasing decisions. Green Awareness also has a positive, though not significant, influence on purchasing decisions. Similarly, Green Packaging demonstrates a positive and significant influence on purchasing decisions. These findings suggest that Chatime needs to strengthen the emotional aspect of the consumer experience and continue developing green packaging innovations as part of a sustainable marketing strategy, while also enhancing communication regarding the benefits of eco-friendly products to optimize the role of green awareness.

Keywords: Emotional Desire, Green Awareness, Green Packaging, Purchasing Decisions, Chatime.

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL 0
HALAMAN JUDUL i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI ii
HALAMAN SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN iii
HALAMAN PENGESAHAN iv
KATA PENGANTAR v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH DI REPOSITORI UMB viii
ABSTRAK ix
ABSTRACT x
DAFTAR ISI xi
DAFTAR TABEL xiv
DAFTAR GAMBAR xv
DAFTAR LAMPIRAN xvi
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian 14
1.3 Tujuan Penelitian 14
1.4 Kontribusi Penelitian 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 Pemasaran Hijau 17
2.1.4 Pembangunan Berkelanjutan 18
2.1.5 Keputusan Pembelian 20
2.1.6 *Theory of Planned Behavior* (Teori Perilaku Terencana) 26
2.1.7 Keinginan Emosional 29
2.1.8 Kesadaran Hijau 31
2.1.9 Kemasan Hijau 34

lib.mercubuana.ac.id

2.2 Penelitian Terdahulu 35
2.3 Pengembangan Hipotesis 42
2.3.1 Hubungan antara Keinginan Emosional dengan Keputusan Pembelian 42
2.3.2 Hubungan antara Kesadaran Hijau dengan Keputusan Pembelian 43
2.3.3 Hubungan antara Kemasan Hijau dengan Keputusan Pembelian 44
2.4 Kerangka Konseptual 45
BAB III METODE PENELITIAN 47
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian 47
3.2 Desain Penelitian 47
3.3 Definisi dan Operasionalisasi Variabel 48
3.3.1 Definisi Variabel 48
3.3.2 Definisi Operasionalisasi Variabel 48
3.4 Skala Pengukuran Variabel 50
3.5 Populasi dan Sampel Penelitian 52
3.5.1 Populasi Penelitian 52
3.5.2 Sampel Penelitian 52
3.6 Metode Pengumpulan Data 55
3.7 Metode Analisis Data 56
3.7.1 Analisis Deskriptif 56
3.7.2 Metode *Structural Equation Modeling-Partial Least Square* .. 57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 65
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 65
4.1.1 Statistik Deskriptif 65
1. Deskripsi Responden 66
2. Deskriptif Variabel 69
4.1.2 Hasil Analisis Data *Partial Least Square* (PLS) 73
1. Analisis Model Pengukuran *(Outer Model)* 73
2. Analisis Model Struktural *(Inner Model)* 81
3. Uji Hipotesis 83
4.1.3 Pembahasan Hasil Penelitian 85

lib.mercubuana.ac.id

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 90
5.1 Kesimpulan 90
5.2 Saran..... 92
DAFTAR PUSTAKA..... 94
LAMPIRAN..... 99

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu 35
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel 49
Tabel 3. 2 Skala *Likert* 51
Tabel 4. 1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 66
Tabel 4. 2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia 66
Tabel 4. 3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir 67
Tabel 4. 4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan 68
Tabel 4. 5 Deskripsi Responden Berdasarkan Tempat Tinggal/Domisili 68
Tabel 4. 6 Deskripsi Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan 69
Tabel 4. 7 Deskriptif Variabel Keinginan Emosional 70
Tabel 4. 8 Deskriptif Variabel Kesadaran Hijau 71
Tabel 4. 9 Deskriptif Variabel Kemasan Hijau 71
Tabel 4. 10 Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian 72
Tabel 4. 11 Hasil Pengujian *Loading Factor* 74
Tabel 4. 12 Hasil Pengujian *Loading Factor* (Modifikasi) 75
Tabel 4. 13 Hasil Pengujian AVE 76
Tabel 4. 14 Hasil Pengujian *Cross Loading* 77
Tabel 4. 15 Hasil Pengujian *Fornell-Larcker* 78
Tabel 4. 16 Hasil Pengujian *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT) 79
Tabel 4. 17 Hasil Pengujian *Cronbach's Alpha* 80
Tabel 4. 18 Hasil Pengujian *Composite Reliability* 81
Tabel 4. 19 Hasil Pengujian *R-square* 81
Tabel 4. 20 Hasil Pengujian *F-square* 82
Tabel 4. 21 Hasil Pengujian *Q-square* 83
Tabel 4. 22 Hasil Pengujian Hipotesis 84

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Timbulan Sampah 2
Gambar 1. 2 Komposisi Sampah Berdasarkan Jenis Sampah Tahun 2025 3
Gambar 1. 3 Indeks Brand Minuman Teh Boba 5
Gambar 1. 4 Perilaku Berkelanjutan Konsumen 6
Gambar 1. 5 Penggunaan Produk Ramah lingkungan 7
Gambar 1. 6 Chatime Eco Cup dan Eco Day & BYOT 10
Gambar 2. 1 *Theory of Planned Behavior* 27
Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual 46
Gambar 4. 1 Hasil Algoritma PLS 73
Gambar 4. 2 Hasil Algoritma PLS 75
Gambar 4. 3 Hasil Pengujian *Bootstraping* 84

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner 99
Lampiran 2. *Screening Question* 100
Lampiran 3. Deskripsi Responden 100
Lampiran 4. Kuesioner Penelitian 101
Lampiran 5. Jawaban Kuesioner 105

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id