PERAN *GREEN TRUST* DALAM MEMEDIASI PENGARUH *GREEN AWARENESS* DAN *GREEN BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK AQUA

TUGAS AKHIR

SKRIPSI

Maharani Saputri

43122010387

PROGRAM STUDI S1MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2026

lib.mercubuana.ac.id

PERAN *GREEN TRUST* DALAM MEMEDIASI PENGARUH *GREEN AWARENESS* DAN *GREEN BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK AQUA

TUGAS AKHIR

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

Maharani Saputri

43122010387

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2026

lib.mercubuana.ac.id

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Maharani Saputri

NIM : 43122010387

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya akan mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila tebukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikianlah penyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 22 Juni 2025



Maharani Saputri

43122010387

lib.mercubuana.ac.id

UNIVERSITAS 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	: MAHARANI SAPUTRI
NIM	: 43122010387
Fakultas / Program Studi	: FEB / Manajemen
Jenis	: Skripsi
Judul Tugas Akhir	: PERAN GREEN TRUST DALAM MEMEDIASI PENGARUH GREEN AWARENESS DAN GREEN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK AQUA
Hasil Pengecekan Turnitin	: 25%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **25%** 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

Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

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

2026/September/07/0000001280/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

lib.mercubuana.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama	:	Maharani Saputri
NIM	:	43122010387
Fakultas/Program Studi	:	Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir	:	Peran Green Trust Dalam Memediasi Pengaruh Green Awareness dan Green Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 30 Juni 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. Catur Widayati, S.E., M.M
NIDN/NUPTK: 0314127301

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-08266560

Scan QR or click here to Verification

UNIVERSITAS MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "Peran Green Trust Dalam Memediasi Pengaruh Green Awareness dan Green Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua." Skripsi ini merupakan sebagai syarat dalam memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Dalam penelitian ini penulis menyadari adanya keterbatasan dan ketidaksempurnaan dalam penyusunan skripsi ini. Penulis mengucapkan banyak terimakasih khususnya kepada Dr. Catur Widayati, S.E., M.M, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, motivasi, pengetahuan dan nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama 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 Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.
4. Para dosen di FEB Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu.
5. Teristimewa kedua orang tua, terutama mama yang telah memberikan doa dan dukungan baik moral maupun material yang tiada henti kepada penulis serta

lib.mercubuana.ac.id

memberi semangat dalam menyelsaikan proposal skripsi ini.

6. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, yaitu Fikry Saputra terima kasih selalu menemani dikala suka maupun duka, yang telah menjadi warna yang tidak pernah pudar untuk selalu memberikan semangat atas segala kerumitan perjalanan ini. Terima Kasih telah menjadi bagian dalam proses perjalanan penulis menyusun skripsi. Berkontribusi baik tenaga, waktu, menemani, mendukung, serta menghibur penulis dalam kesedihan, mendengerkan keluh kesah dan meyakinkan penulis untuk pantang menyerah hingga penyusunan skripsi ini terselesaikan. Semoga ikatan ini tidak akan pernah selesai dan selalu bersama untuk merangkai cerita yang baru.

Penulis menyadari bahwa skripsi jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran, masukan dan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 02 Juni 2026

Maharani Saputri

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	:	Maharani Saputri
NIM	:	43122010387
Fakultas/Program Studi	:	Ekonomi dan Bisnis/ Manajemen
Judul Tugas Akhir	:	PERAN *GREEN TRUST* DALAM MEMEDIASI PENGARUH *GREEN AWARENESS* DAN *GREEN BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK AQUA.

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, 10 September 2026

Yang menyatakan,



(Maharani Saputri)

lib.mercubuana.ac.id

PERAN *GREEN TRUST* DALAM MEMEDIASI PENGARUH *GREEN AWARENESS* DAN *GREEN BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK AQUA

Maharani Saputri

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengkaji peran green trust sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara green awareness dan green brand image terhadap keputusan pembelian produk AQUA. Penelitian melibatkan konsumen yang pernah membeli produk AQUA dan berdomisili di wilayah DKI Jakarta. Sebanyak 190 responden dipilih sebagai sampel melalui teknik purposive sampling dengan pendekatan penelitian kuantitatif. Analisis data dilakukan menggunakan metode Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS versi 4.0.Hasil analisis menunjukkan bahwa green awareness memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk AQUA. Selain itu, green brand image juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini juga membuktikan bahwa green trust mampu memediasi secara positif dan signifikan hubungan antara green awareness maupun green brand image dengan keputusan pembelian produk AQUA.

Kata kunci: *Green Trust, Green Awareness, Green Brand Image*, Keputusan Pembelian.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

PERAN *GREEN TRUST* DALAM MEMEDIASI PENGARUH *GREEN AWARENESS* DAN *GREEN BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK AQUA

Maharani Saputri

ABSTRACT

This study investigates the mediating role of green trust in the relationship between green awareness, green brand image, and consumers' purchasing decisions for AQUA products. The research focuses on consumers residing in DKI Jakarta who have previously purchased AQUA products. A total of 190 respondents were selected using a purposive sampling technique. A quantitative research approach was employed, and the data were analyzed using Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with SmartPLS version 4.0 to examine the relationships among the proposed variables.The findings reveal that green awareness has a positive and statistically significant influence on purchasing decisions for AQUA products. Likewise, green brand image significantly and positively affects consumers' purchasing decisions. Furthermore, green trust serves as a significant mediating variable, strengthening the effects of green awareness and green brand image on purchasing decisions for AQUA products.

Keywords: *Greenn Trust, Green Awareness, Green Brand Image, Purchase Decision.*

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

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 DI REPOSITORI UMB ..... **vii**
ABSTRAK ..... **viii**
ABSTRACT ..... **ix**
DAFTAR ISI ..... **x**
DAFTAR TABEL ..... **xiii**
DAFTAR GAMBAR ..... **xiv**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xv**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang Penelitian 1
1.2 Rumusan Masalah 18
1.3 Tujuan Penelitian 18
1.4 Kontribusi Penelitian 19
1.4.1 Kontribusi Praktis 19
1.4.2 Kontribusi Teoritis 20
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS **21**
2.1 Kajian Pustaka 21
2.1.1 Manajemen Pemasaran 21
2.1.2 Perilaku Konsumen 21
2.1.3 Teori Stimulus, Organism, Response (SOR) 22
2.1.4 Keputusan Pembelian 23
2.1.5 Green Awareness 24
2.1.6 *Green Brand Image* 26
2.1.7 Green Trust 28
2.1.8 Penelitian Terdahulu 31

lib.mercubuana.ac.id

2.2 Pengembangan Hipotesis 36
2.2.1 *Green Awareness* Terhadap *Keputusan Pembelian* 36
2.2.2 Green Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian 37
2.2.3 *Green Trust* Terhadap *Keputusan Pembelian* 37
2.2.4 *Green Awareness* Terhadap *Green Trust* 38
2.2.5 *Green Brand Image* Terhadap *Green Trust* 39
2.2.6 *Green trust* memediasi hubungan antara *green awareness* terhadap keputusan pembelian. 39
2.2.7 *Green trust* memediasi hubungan antara *green brand image* terhadap keputusan pembelian. 40
2.3 Kerangka Pemikiran 41
2.4 Hipotesis 41
BAB III METODE PENELITIAN 43
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian 43
3.2 Desain Penelitian 43
3.3 Definisi dan Operasional Variabel 44
3.3.1 Definisi Variabel 44
3.3.2 Operasional Variabel 45
3.4 Skala Pengukuran Variabel 48
3.5 Populasi dan Sampel Penelitian 49
3.5.1 Populasi Penelitian 49
3.5.2 Sampel Penelitian 49
3.6 Metode Pengumpulan Data 50
3.7 Metode Analisis Data 50
3.7.1 Analisis Deskriptif 50
3.7.2 Deskripsi Responden 51
3.7.3 Deskripi Variabel 51
3.7.4 Analisis Data Partial Least Square (PLS) 51
3.7.5 Menguji Model Pengukuran (*Outer Model)* 53
3.7.6 Uji Model Struktural (Inner Model) 54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 57
4.1 Analisis Deskriptif 57

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 57
4.1.2 Deskripsi Responden 60
4.1.3 Deskripsi Variabel 66
4.2 Analisis *Partial Least Square* 70
4.2.1 Evaluasi *Measurement Model (Outer Model)* 70
4.2.2 Hasil Pengujian Model Struktural (*Inner* Model) 80
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian 86
4.3.1 Pengaruh *Green Awareness* Terhadap *Green Trust* 86
4.3.2 Pengaruh *Green Brand Image* Terhadap *Green Trust* 87
4.3.3 Pengaruh *Green Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian 88
4.3.4 Pengaruh *Green Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian 90
4.3.5 Pengaruh *Green Trust* Terhadap Keputusan Pembelian 91
4.3.6 Pengaruh *Green Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Melalui *Green Trust* 92
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 94
5.1 Kesimpulan 94
5.2 Saran 96
5.2.1 Saran Teoritis 96
5.2.2 Saran Praktis 96
DAFTAR PUSTAKA 98
LAMPIRAN 107

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Hasil Pra Survey 14
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu..... 31
Tabel 3. 1 Operasional Variabel..... 46
Tabel 3. 2 Pengukuran Skala Likert 48
Tabel 3. 3 Syarat Uji Validitas 53
Tabel 3. 4 Syarat Uji Reliabilitas..... 54
Tabel 3. 5 Syarat Uji R-*Square* 55
Tabel 3. 6 Syarat Uji Q Square..... 55
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 60
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 61
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili 62
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir 63
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan..... 63
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan 64
Tabel 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Varian Produk Aqua Yang Sering di Beli 65
Tabel 4. 8 Statistik Deskriptif Variabel *Green Awareness* 66
Tabel 4. 9 Statistik Deskriptif Variabel *Green Brand Image* 67
Tabel 4. 10 Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian 68
Tabel 4. 11 Statistik Deskriptif Variabel *Green Trust*..... 69
Tabel 4. 12 Hasil Uji *Outer Loadings*..... 71
Tabel 4. 13 Hasil Uji *Outer Loadings* (Modifikasi)..... 73
Tabel 4. 14 Hasil Uji Discriminant Validity (Cross Loadings) 75
Tabel 4. 15 Hasil Uji *Fornell Larcker Criterion*..... 76
Tabel 4. 16 Hasil Uji *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT) 77
Tabel 4. 17 Hasil Uji *Average variance extracted* 78
Tabel 4. 18 Hasil Uji *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* 79
Tabel 4. 19 Hasil Uji R-*Square* 80
Tabel 4. 20 Hasil Uji Q-*Square* 81
Tabel 4. 21 Hasil Uji *Goodness of Fit* 82
Tabel 4. 22 Hasil Uji Hipotesis..... 84

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Sampah di Indonesia 2
Gambar 1. 2 Botol Aqua Life 5
Gambar 1. 3 Market Share AMDK 6
Gambar 1. 4 Merek Air Mineral Favorit Masyarakat Indonesia 2023 7
Gambar 1. 5 Data Brand Awareness dan Actual Purchase Produk AMDK di Indonesia 9
Gambar 1. 6 Top Brand Index Air Minum Dalam Kemasan 11
Gambar 1.6 Top Brand Index Air Minum Dalam Kemasan 24
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual Penelitian 41
Gambar 4. 1 Hasil Uji Instrumen Algoritma PLS 71
Gambar 4. 2 Hasil Uji Instrumen Algoritma PLS (Modifikasi) 73
Gambar 4. 3 Hasil Uji *Bootstrapping* PLS 84

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....107
Lampiran 2 Deskripsi Responden.....108
Lampiran 3 Deskripsi Variabel.....110
Lampiran 4 Hasil Kuesioner Variabel.....112
Lampiran 5 Hasil Uji Model Pengukuran (Outer Model).....132

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id