PENGARUH *GREEN PRODUCT, GREEN AWARENESS* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP *PURCHASE DECISION* PRODUK HERBAL *ESSENCES*

(Studi pada Konsumen Herbal Essences di Jakarta Barat)

TUGAS AKHIR

SKRIPSI

SITI KASNAWATI

43122110125

PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2026

lib.mercubuana.ac.id

PENGARUH *GREEN PRODUCT*, *GREEN AWARENESS* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP *PURCHASE DECISION* PRODUK HERBAL *ESSENCES*

(Studi pada Konsumen Herbal Essences di Jakarta Barat)

TUGAS AKHIR

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

SITI KASNAWATI

43122110125

PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2026

lib.mercubuana.ac.id

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama	:	Siti Kasnawati
NIM	:	43122110125
Fakultas/Program Studi	:	Ekonomi dan Bisnis/Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:
"Pengaruh *Green Product, Green Awareness* dan *Brand Image* Terhadap *Purchase Decision* Produk Herbal *Essences* (Studi pada Konsumen Herbal Essences di Jakarta Barat)" 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.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 12 Januari 2026



Siti Kasnawati

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	: SITI KASNAWATI
NIM	: 43122110125
Fakultas / Program Studi	: FEB / Manajemen
Jenis	: Skripsi
Judul Tugas Akhir	: PENGARUH GREEN PRODUCT, GREEN AWARENESS DAN BRAND IMAGE TERHADAP PURCHASE DECISION PRODUK HERBAL ESSENCES (Studi pada Konsumen Herbal Essences di Jakarta Barat)
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.

Jakarta, 24 September 2026
Kepala Biro Perpustakaan

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

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

2026/September/24/0000001531/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

lib.mercubuana.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama	:	Siti Kasnawati
NIM	:	43122110125
Fakultas/Program Studi	:	Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir	:	PENGARUH GREEN PRODUCT, GREEN AWARENESS DAN BRAND IMAGE TERHADAP PURCHASE DECISION PRODUK HERBAL ESSENCES (Studi pada Konsumen Herbal Essences di Jakarta Barat

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 08 Desember 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. Yanto Ramli, M.M
NIDN/NUPTK: 0315116503

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-09266896

Scan QR or click here to Verification

UNIVERSITAS MERCU BUANA

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 Skripsi dengan judul "**Pengaruh *Green Product, Green Awareness* dan *Brand Image* Terhadap *Purchase Decision* Produk Herbal *Essences* (Studi pada Konsumen Herbal Essences di Jakarta Barat)**". 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 ketidak sempurnaan dalam penyusunan Skripsi ini. Penulis mengucapkan terima kasih khususnya kepada **Dr. Yanto Ramli, 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, S.T., M.M., 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 dimilikinya untuk diberikan kepada penulis.

lib.mercubuana.ac.id

5. Bapak dan Ibu di bagian adminitrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, yang dengan penuh kesabaran dan keikhlasan bersedia membantu segala urusan adminitrasi selama kuliah
6. Teristimewa untuk Almarhum Bapak sudah memberikan motivasi selama hidup dan Ibu yang selalu memberikan waktu, doa serta kasih sayang. Ucapan terima kasih tidak lupa penulis sampaikan kepada keluarga kecil penulis untuk Suami dan Anak Anak tercinta menjadi motivasi dalam setiap langkah penulis hingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.

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 kelak dapat menjadi manfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam Skripsi ini.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 01 Januari 2026

Siti Kasnawati

Peneliti

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	:	Siti Kasnawati
NIM	:	43122110125
Fakultas/Program Studi	:	Ekonomi dan Bisnis/Manajemen
Judul Skripsi	:	Pengaruh *Green Product, Green Awareness* dan *Brand Image* Terhadap *Purchase Decision* Produk Herbal *Essences* (Studi pada Konsumen Herbal Essences di Jakarta Barat)

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, 12 Januari 2026

Yang menyatakan,



(Siti Kasnawati)

lib.mercubuana.ac.id

ABSTRAK

Nama	:	Siti Kasnawati
NIM	:	43122110125
Program Studi	:	Manajemen
Judul Skripsi	:	Pengaruh *Green Product, Green Awareness* dan *Brand Image* Terhadap *Purchase Decision* Produk Herbal *Essences* (Studi pada Konsumen Herbal Essences di Jakarta Barat)
Pembimbing	:	Dr. Yanto Ramli, M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis *pengaruh Green Product, Green Awareness, dan Brand Image* terhadap *Purchase Decision* pada konsumen produk shampoo Herbal *Essences* di Jakarta Barat. Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap isu lingkungan mendorong perusahaan untuk menghadirkan produk yang ramah lingkungan sekaligus membangun citra merek yang positif guna meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif dan verifikatif. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang pernah membeli dan menggunakan produk shampoo Herbal *Essences*. Variabel independen dalam penelitian ini meliputi *Green Product, Green Awareness, dan Brand Image*, sedangkan variabel dependen adalah *Purchase Decision.* Analisis data yang digunakan adalah analisis SEM-PLS 4.0 untuk menguji pengaruh masing-masing variabel terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Green Product, Green Awareness, dan Brand Image* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Purchase Decision. Temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perusahaan dalam merumuskan strategi pemasaran yang berorientasi pada keberlanjutan lingkungan serta memperkuat citra merek untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan perilaku konsumen terhadap produk ramah lingkungan.

Kata Kunci: ***Green Product, Green Awareness, Brand Image, Purchase Decision, Herbal Essences.***

lib.mercubuana.ac.id

ABSTRACT

Name	:	*Siti Kasnawati*
Student ID	:	*43122110125*
Study Program	:	*Management*
Thesis Title	:	*The Influence of Green Product, Green Awareness, and Brand Image on Purchase Decisions for Herbal Essences Products (A Study of Herbal Essences Consumers in West Jakarta)*
Supervisor	:	*Dr. Yanto Ramli, M.M.*

This study aims to analyze the influence of Green Product, Green Awareness, and Brand Image on Purchase Decisions among consumers of Herbal Essences shampoo products in West Jakarta. The increasing public concern regarding environmental issues has encouraged companies to develop environmentally friendly products while strengthening their brand image to enhance consumer purchasing decisions. This research employs a quantitative approach using descriptive and verificative methods. Data were collected through questionnaires distributed to respondents who have purchased and used Herbal Essences shampoo products. The independent variables in this study are Green Product, Green Awareness, and Brand Image, while the dependent variable is Purchase Decision. The data analysis employed is SEM-PLS 4.0 to examine the influence of each variable on the purchasing decision. The results are expected to indicate that Green Product, Green Awareness, and Brand Image have a positive and significant influence on Purchase Decisions. The findings of this study are expected to provide valuable insights for companies in developing sustainable marketing strategies and strengthening brand image to increase consumer purchasing decisions. Furthermore, this research may serve as a useful reference for future studies related to consumer behavior toward environmentally friendly products.

Keywords: Green Product, Green Awareness, Brand Image, Purchase Decision, Herbal Essences.

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....**0**

HALAMAN JUDUL.....**i**

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....**ii**

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*.....**iii**

HALAMAN PENGESAHAN.....**iv**

KATA PENGANTAR.....**v**

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

ABSTRAK.....**viii**

ABSTRACT.....**ix**

DAFTAR ISI.....**x**

DAFTAR TABEL.....**xiv**

DAFTAR GAMBAR.....**xvi**

DAFTAR LAMPIRAN.....**xvii**

BAB I PENDAHULUAN.....**1**

A. Latar Belakang Penelitian.....*1*

B. Rumusan Masalah.....*8*

C. Tujuan Penelitian.....*8*

D. Kontribusi Penelitian.....*9*

BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....**10**

A. Tinjauan Pustaka.....10

1. Pemasaran.....10

lib.mercubuana.ac.id

2. Manajemen Pemasaran.....11
3. *Theory of Planned Behavior (TPB)*.....16
4. *Purchase Decision*.....18
5. *Green Product*.....23
6. *Green Awareness*.....25
7. *Brand Image*.....27
B. Penelitian Terdahulu.....*30*
C. Pengembangan Hipotesis.....*34*
1. Pengaruh *Green Product* terhadap *Purchase Decision*.....34
2. Pengaruh *Green Awareness* terhadap *Purchase Decision*.....34
3. Pengaruh *Brand Image* terhadap *Purchase Decision*.....35
D. Kerangka Konseptual.....*35*
BAB III METODE PENELITIAN.....36
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....*36*
B. Desain Penelitian.....*36*
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....*37*
1. Definisi Variabel.....37
2. Operasionalisasi Variabel.....38
D. Skala Pengukuran.....*39*
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....*40*
1. Populasi Penelitian.....40
2. Sampel Penelitian.....40
F. Metode Pengumpulan Data.....*41*

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

G. Metode Analisis Data.....*43*

1. Analisis Deskriptif.....43

2. Analisis *Partial Least Square (PLS)*.....44

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....51

A. Gambaran Latar Belakang Penelitian.....*51*

B. Analisis Deskriptif.....*53*

1. Karakteristik Responden.....53

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Saat Ini.....53

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi.....54

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....55

C. Deskriptif Jawaban Responden.....*55*

1. Deskriptif Jawaban Kuesioner Variabel *Purchase Decision*.....55

2. Deskriptif Jawaban Kuesioner Variabel *Green Product*.....57

3. Deskriptif Jawaban Kuesioner Variabel *Green Awareness*.....59

4. Deskriptif Jawaban Kuesioner Variabel *Brand Image*.....61

D. Metode Analisis Data *Partial Least Square (PLS)*.....*62*

1. Pengertian *Partial Least Square*.....62

F. Pembahasan.....*77*

1. Pengaruh *Green Product* terhadap *Purchase Decision*.....77

2. Pengaruh *Green Awareness* terhadap *Purchase Decision*.....78

3. Pengaruh *Brand Image* terhadap *Purchase Decision*.....79

BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....80

A. Simpulan.....*80*

lib.mercubuana.ac.id

B. Saran.....*81*

DAFTAR PUSTAKA.....83

LAMPIRAN.....86

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perusahaan yang Menawarkan Produk Shampoo Herbal.....2

Tabel 1.2 Hasil Pra Survei Produk *Shampoo* Herbal Essences.....7

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....30

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel.....38

Tabel 3.2 Skala Likert.....40

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....53

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....53

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi.....54

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....55

Tabel 4.5 Deskriptif Variabel *Purchase Decision*.....56

Tabel 4.6 Deskriptif Variabel *Green Product*.....57

Tabel 4.7 Deskriptif Variabel *Green Awareness*.....59

Tabel 4.8 Deskriptif Variabel *Brand Image*.....61

Tabel 4.9 Hasil Pengujian *Convergent Validity*.....63

Tabel 4.10 Hasil Pengujian *Discriminant Validity* (*Cross loadings*).....66

Tabel 4.11 Nilai *Average Variance Extracted (AVE)*.....68

Tabel 4.12 Hasil Pengujian *Discriminant Validity (Fornell Lacker Criterium)*.....68

Tabel 4.13 Hasil Pengujian *Discriminant Validity (Heterotrait-Monotrait Ratio)*.....69

Tabel 4.14 Nilai Uji Reliabilitas.....70

Tabel 4.15 Nilai R-*Square* atau R^2.....71

Tabel 4.16 Nilai F-*Square* atau F^2.....72

lib.mercubuana.ac.id

Tabel 4.17 Nilai *Model Fit*.....73

Tabel 4.18 Nilai Q-*Square* atau Q^2.....74

Tabel 4.19 Hasil Uji Hipotesis.....75

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kategori Produk *Shampoo* Herbal di Jakarta Barat.....5

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....35

Gambar 4.1 Hasil algoritma PLS.....65

Gambar 4.2 Hasil Uji Bootsrapping.....76

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....86

Lampiran 2. Deskripsi Responden.....92

Lampiran 3. Deskripsi Variabel.....92

Lampiran 4. Hasil Uji Model Pengukuran (*Outer Model*).....94

Lampiran 5. Hasil Uji Model Struktural (*Inner Model*).....99

Lampiran 6. Bukti Bimbingan.....104

Lampiran 7. *Curicculum Vitae*.....104

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id