PENGARUH *BRAND IMAGE*, *GREEN BRAND*, DAN *GREEN PRODUCT* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK TUPPERWARE DI JAKARTA SELATAN

TUGAS AKHIR

SKRIPSI

MARSHA NUR ALFATH SEPTIA DEWI

43122010323

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2026

lib.mercubuana.ac.id

PENGARUH *BRAND IMAGE*, *GREEN BRAND*, DAN *GREEN PRODUCT* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK TUPPERWARE DI JAKARTA SELATAN

TUGAS AKHIR

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana

MARSHA NUR ALFATH SEPTIA DEWI

43122010323

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2026

lib.mercubuana.ac.id

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Marsha Nur Alfath Septia Dewi

NIM : 43122010323

Program Studi : Manajemen

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

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 13 Agustus 2026



Marsha Nur Alfath Septia Dewi

43122010323

UNIVERSITAS MERCU BUANA

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	: MARSHA NUR ALFATH SEPTIA DEWI
NIM	: 43122010323
Fakultas / Program Studi	: FEB / Manajemen
Jenis	: Skripsi
Judul Tugas Akhir	: PENGARUH BRAND IMAGE, GREEN BRAND, DAN GREEN PRODUCT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK TUPPERWARE DI JAKARTA SELATAN
Hasil Pengecekan Turnitin	: 24%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **24%** 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, 10 September 2026
Kepala Biro Perpustakaan

Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

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

2026/September/10/0000001349/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

lib.mercubuana.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama	:	Marsha Nur Alfath Septia Dewi
NIM	:	43122010323
Fakultas/Program Studi	:	Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir	:	PENGARUH BRAND IMAGE, GREEN BRAND, DAN GREEN PRODUCT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK TUPPERWARE DI JAKARTA SELATAN

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 12 Agustus 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



Andriansyah Bachtillah Putra, S.E., M.M
NIDN/NUPTK: 0312077605

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-08266661

Scan QR or click here to Verification

UNIVERSITAS MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, karunia, dan petunjuk-Nya. Berkat izin dan kehendak-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan Proposal Skripsi ini yang berjudul **"Pengaruh *Brand Image*, *Green Brand*, Dan *Green Product* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Tupperware Di Jakarta Selatan"**. Proposal ini disusun sebagai bagian dari pemenuhan salah satu syarat akademik guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

Dalam proses penyusunan Skripsi ini, penulis menyadari bahwa keberhasilan ini tidak lepas dari dukungan, arahan, dan bantuan dari berbagai pihak yang telah memberikan kontribusi nyata, baik secara langsung maupun tidak langsung. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya dan setulus hati penulis sampaikan kepada Bapak Andriansyah Bachtillah Putra, SE., MM, selaku dosen pembimbing skripsi, yang telah dengan sabar meluangkan waktu, tenaga, perhatian, serta ilmu yang sangat bermanfaat. Melalui bimbingan, motivasi, serta arahan beliau, penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu. Segala bentuk dukungan yang telah diberikan menjadi bagian yang sangat berarti dalam proses penyelesaian tugas akhir ini. Selain itu, pada kesempatan ini penulis juga ingin berterima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi terutama kepada:

1. Teristimewa, kedua orang tua tercinta, adik-adik, serta keluarga yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada

lib.mercubuana.ac.id

henti-hentinya kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

2. Bapak Andriansyah Bachtillah Putra, SE., MM, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan banyak saran, waktu, bimbingan, semangat, ilmu, serta nasihat yang sangat membantu sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan baik.
3. Prof. Dr. Andi Adriansyah, M. Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
4. Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
5. Bapak Dudi Permana, MM, Ph.D, selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
6. Para dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami. Semoga di hadapan Allah SWT menjadi amal jariyah Bapak/Ibu. Aamiin.
7. Bapak dan Ibu di bagian administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, yang dengan penuh kesabaran dan keikhlasan bersedia membantu segala urusan administrasi selama penulis kuliah.
8. Kepada Ashiela, Aulia, Novayanti, Fifah, Fira, Marsya, Azka, Adistia, Putri Zein, Silvi, Shakira Albinia, serta teman-teman seperjuangan yang selalu memberikan dukungan, saling membantu, dan saling menyemangati hingga skripsi ini dapat diselesaikan tepat waktu.

lib.mercubuana.ac.id

9. Kepada Benito Antonio Martinez Ocasio yang selalu memberikan semangat dan menginspirasi dengan lagu-lagunya selama proses pembuatan skripsi.

Penulis menyadari bahwa sebagai manusia yang memiliki keterbatasan, hasil penelitian ini masih jauh dari sempurna dan mungkin mengandung kekurangan baik dari segi isi maupun penyajiannya. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik, saran, dan masukan yang membangun dari berbagai pihak demi perbaikan di masa mendatang. Semoga proposal skripsi ini dapat memberikan manfaat dan wawasan, khususnya bagi penulis sendiri serta pembaca pada umumnya. Akhir kata, penulis memohon maaf dengan tulus apabila terdapat kesalahan atau kekurangan dalam penulisan ini.

Jakarta, 25 Juni 2025



Marsha Nur Alfath Septia Dewi

NIM 43122010323

UNIVERSITAS MERCU BUANA

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	:	Marsha Nur Alfath Septia Dewi
NIM	:	43122010323
Fakultas/Program Studi	:	Fakultas Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir	:	Pengaruh *Brand Image, Green Brand,* dan *Green Product* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Tupperware di Jakarta Selatan

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-Ekksklusif 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, 14 September 2026

Yang menyatakan,



Marsha Nur Alfath Septia Dewi

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

PENGARUH *BRAND IMAGE*, *GREEN BRAND*, DAN *GREEN PRODUCT* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK TUPPERWARE DI JAKARTA SELATAN

MARSHA NUR ALFATH SEPTIA DEWI

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Brand Image, Green Brand,* dan *Green Product* terhadap Keputusan Pembelian produk Tupperware di Jakarta Selatan. Penelitian ini melibatkan 160 responden yang berdomisili Jakarta Selatan serta pernah membeli produk Tupperware. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan Teknik *purposive sampling.* Pengolahan data dianalisis menggunakan metode *Structural Equation Modeling-Partial Least Square* (SEM-PLS) dengan bantuan aplikasi *SmartPLS*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Brand Image* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian. *Green Brand* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. *Green Product* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Dengan demikian, *Green Brand* merupakan variabel yang paling dominan dalam memengaruhi Keputusan Pembelian produk Tupperware di Jakarta Selatan.

Kata kunci: ***Brand Image, Green Brand, Green Product,*** **Keputusan Pembelian, Tupperware.**

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

THE EFFECT OF BRAND IMAGE, GREEN BRAND, AND GREEN PRODUCT ON PURCHASE DECISIONS FOR TUPPERWARE PRODUCTS IN SOUTH JAKARTA

MARSHA NUR ALFATH SEPTIA DEWI

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Brand Image, Green Brand, and Green Product on the Purchase Decision of Tupperware products in South Jakarta. The study involved 160 respondents who reside in South Jakarta and had previously purchased Tupperware products. This research employed a quantitative approach using a purposive sampling technique. The data were analyzed using the Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS) method with the assistance of SmartPLS software. The results indicate that Brand Image has a positive but insignificant effect on Purchase Decision. Green Brand has a positive and significant effect on Purchase Decision. Likewise, Green Product has a positive and significant effect on Purchase Decision. Therefore, Green Brand is the most dominant variable influencing the Purchase Decision of Tupperware products in South Jakarta.

Keywords: Brand Image, Green Brand, Green Product, Purchase Decision, Tupperware.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL **0**
HALAMAN JUDUL ..... **i**
HALAMAN 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 ..... **viiii**
ABSTRAK ..... **ix**
ABSTRACT ..... **x**
DAFTAR ISI ..... **xi**
DAFTAR TABEL ..... **xiv**
DAFTAR GAMBAR ..... **xv**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xvi**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang Penelitian 1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian 10
1.3 Tujuan Penelitian 11
1.4 Kontribusi Penelitian 11
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS **13**
2.1 Kajian Pustaka 13
2.1.1 Sustainability 13
2.1.2 Theory of Planned Behavior (TPB) 14
2.1.3 Keputusan Pembelian 15
2.1.5 Brand Image 19
2.1.6 Green Brand 21
2.1.7 Green Product 23
2.2 Penelitian Terdahulu 26

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

2.3 Pengembangan Hipotesis 32
2.3.1 Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian 32
2.3.2 Pengaruh *Green Brand* Terhadap Keputusan Pembelian 33
2.3.3 Pengaruh *Green Product* Terhadap Keputusan Pembelian 33
2.4 Kerangka Konseptual 34
BAB III METODE PENELITIAN 35
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian 35
3.2 Desain Penelitian 35
3.3 Definisi dan Operasionalisasi Variabel 36
3.3.1 Definisi Variabel 36
3.3.2 Operasional Variabel 40
3.4 Skala Pengukuran Variabel 41
3.5 Populasi dan Sampel Penelitian 42
3.5.1 Populasi Penelitian 42
3.5.2 Sampel Penelitian 44
3.6 Metode Pengumpulan Data 47
3.7 Metode Analisis Data 47
3.7.1 Analisis Deskriptif 47
3.7.2 Analisis *Partial Least Square* (PLS) 49
3.7.3 Model Pengukuran (*Outer Model*) 49
3.7.3 Menguji Model Struktural (*Inner Model*) 52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 54
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 54
4.2 Statistik Deskriptif 56
4.2.1 Karakteristik Responden 56
4.2.2 Deskripsi Variabel 58
4.3 Hasil Uji 62
4.3.1 Model Pengukuran (*Outer Model*) 62
4.3.2 Model Struktural (*Inner Model*) 68
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian 73
4.4.1 Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian 73

lib.mercubuana.ac.id

4.4.2 Pengaruh *Green Brand* Terhadap Keputusan Pembelian 73
4.4.3 Pengaruh *Green Product* Terhadap Keputusan Pembelian 74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 75
5.1 Kesimpulan 75
5.2 Saran 76
DAFTAR PUSTAKA 79
LAMPIRAN 85

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pra-Survei..... 9
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 27
Tabel 3.1 Operasional Variabel..... 40
Tabel 3.2 Instrumen Skala Likert..... 41
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Bedasarkan Jenis Kelamin..... 56
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... 56
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 57
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan..... 57
Tabel 4.5 Uji Deskriptif Variabel *Brand Image*..... 58
Tabel 4.6 Uji Deskriptif Variabel *Green Brand*..... 59
Tabel 4.7 Uji Deskriptif Variabel *Green Product*..... 60
Tabel 4.8 Uji Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian..... 61
Tabel 4. 9 Hasil Uji *Convergent Validity*..... 63
Tabel 4.10 Hasil Pengujian *Averange Variance Extracted* (AVE)..... 64
Tabel 4.11 *Cross Loading*..... 65
Tabel 4.12 *Fornell Larcker Criterion*..... 66
Tabel 4.13 *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT) 67
Tabel 4.14 Hasil Pengujian *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha* 68
Tabel 4.15 Nilai *R-Square*..... 69
Tabel 4.16 Hasil Pengujian Multikolinearitas VIF 69
Tabel 4.17 Hasil Uji *Effect Size* 70
Tabel 4.18 Hasil Uji Hipotesis..... 72

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Komposisi Sampah Berdasarkan Sumber Sampah 2
Gambar 1. 2 Top Brand Index Produk Tupperware..... 6
Gambar 2. 1 Tujuan SDGs..... 13
Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual 34
Gambar 3. 1 Hasil Perhitungan Sampel Menggunakan GPower 3.1.9.7 46
Gambar 4. 1 Hasil Algoritma SEM-PLS..... 63
Gambar 4. 2 Hasil Uji *Bootstrapping* 71

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian 85
Lampiran 2. Data Mentah *Google Form* 90
Lampiran 3. Rekap Data Jawaban Responden 97
Lampiran 4. Hasil Uji Model Pengukuran (*Outer Model*) 113
Lampiran 5. Hasil Uji Model Struktural (*Inner Model*) 116

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id