PENGARUH GREEN PRODUCT, GREEN BRAND IMAGE DAN ENVIRONMENTAL AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK AQUA

TUGAS AKHIR

SKRIPSI

CIRA LESTARI

43122010116

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2026

lib.mercubuana.ac.id

PENGARUH GREEN PRODUCT, GREEN BRAND IMAGE DAN ENVIRONMENTAL AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK AQUA

TUGAS AKHIR

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

CIRA LESTARI

43122010116

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2026

lib.mercubuana.ac.id

SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	:	Cira Lestari
NIM	:	43122010116
Fakultas/Program Studi	:	Ekonomi dan Bisnis Manajemen S1

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:
"Pengaruh *Green Product, Green Brand Image* dan *Environmental awareness* terhadap Keputusan Pembelian Produk AQUA" 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, 19 Juni 2026



Cira Lestari
NIM 43122010116

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	: CIRA LESTARI
NIM	: 43122010116
Fakultas / Program Studi	: FEB / Manajemen
Jenis	: Skripsi
Judul Tugas Akhir	: PENGARUH GREEN PRODUCT, GREEN BRAND IMAGE DAN ENVIRONMENTAL AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK AQUA
Hasil Pengecekan Turnitin	: 27%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **27%** 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, 14 September 2026
Kepala Biro Perpustakaan

Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

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

2026/September/14/0000001393/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

lib.mercubuana.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Cira Lestari

NIM : 43122010116

Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen

Judul Tugas Akhir : PENGARUH GREEN PRODUCT, GREEN BRAND IMAGE DAN ENVIRONMENTAL AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK AQUA

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 19 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



Yennida Parmariza, S.Sos., M.M

NIDN/NUPTK: 0310048001

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA

NIDN/NUPTK: 0307036901

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dudi Permana, Ph.D NIDN/NUPTK: 1018037701

LPTA-07266427

Scan QR or click here to Verification

lib.mercubuana.ac.id

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpah rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan proposal skripsi yang berjudul "Pengaruh Green Product, green brand image dan environmental awareness terhadap keputusan pembelian produk Aqua" dengan baik dan lancar.

Proposal skripsi disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana. Selama proses penulisan, penulis menghadapi berbagai tantangan, baik secara akademis maupun teknis. Namun, berkat bimbingan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak, seluruh proses dapat dilalui dengan baik.

Penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Yennida Permariza, S.Sos., M.M., selaku dosen pembimbing, yang telah dengan penuh kesabaran dan ketulusan memberikan arahan, masukan, serta semangat selama proses penyusunan proposal skripsi ini. Bimbingan beliau sangat berarti dan menjadi bagian penting dalam terselesaikannya karya ini.

Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan 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.
3. Bapak Dudi Permana, M.M., Ph.D., selaku ketua Program Studi S1 Manajemen.
4. Bapak Harefan Arief, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing akademik, atas bimbingan dan arahan selama masa perkuliahan.
5. Bunda, Ayah, dan seluruh keluarga tercinta yang senantiasa memberikan doa, dukungan, dan semangat tanpa henti.
6. Teman-teman seperjuangan dan sahabat terbaik Kasyafna, Nandita, Cika, Kalyca, Maura, Della, Dillah, dan tara atas dukungan yang sangat berarti.
7. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Virlie Nurtasya yang selalu hadir dalam setiap proses menjadi tempat berbagi dan sumber kekuatan saat

lib.mercubuana.ac.id

penulisan merasa lelah atau terpuruk, kehadiran dan dukunganmu sangat penulis hargai.

Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu namun telah berkontribusi dalam penyusunan proposal skripsi ini penulis menyadari bahwa proposal skripsi ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, penulis terbuka terhadap saran dan kritik yang membangun demi perbaikan dimasa mendatang. Semoga proposal skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang pemasaran, serta menjadi referensi bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 19 Juni 2026

Cira Lestari

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	: Cira Lestari
NIM	: 43122010116
Fakultas/Program Studi	: Ekonomi dan Bisnis Manajemen
Judul Tugas Akhir	: Pengaruh *green product, green brand image* dan *environmental awareness* 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.

Jakarta, 14 Juli 2020 (tanggal)

Yang menyatakan,



Cira Lestari

lib.mercubuana.ac.id

PENGARUH GREEN PRODUCT, GREEN BRAND IMAGE DAN ENVIRONMENTAL AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK AQUA

CIRA LESTARI

ABSTRAK

Penelitian ini disusun dengan tujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh green product, green brand image, serta environmental awareness memberi dampak pada keputusan pembelian produk air minum kemasan berlebel Aqua. Adapun subjek yang menjadi fokus penelitian yakni para pengguna Aqua yang berlokasi di kawasan sekitar Universitas Mercu Buana Jakarta Barat. Total responden yang terlibat mencapai 140 orang, dipilih dengan pendekatan nonprobability sampling melalui teknik puposive sampling. Pendekatan yang diterapkan dalam riset ini bersifat kuantitatif dengan desain deskriptif kausal. Adapun proses pengambilan datanya dilakukan lewat penyebaran kuesioner secara daring (online), dengan skala Likert difungsikan sebagai instrumen pengukuran variabel penelitian. Metode analisis data yang digunakan adalah Partial Least Square (PLS) dengan memanfaatkan software SmartPLS 4.0 sebagai alat bantu pengolahan data. Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa green product memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan green brand image dan environmental awareness berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Aqua.

Kata Kunci: Produk hijau; citra merek hijau; kesadaran lingkungan; keputusan pembelian; AQUA

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

THE INFLUENCE OF GREEN PRODUCT, GREEN BRAND IMAGE AND ENVIRONMENTAL AWARENESS ON AQUA PRODUCT PURCHASE DECISIONS

CIRA LESTARI

ABSTRACT

This study aims to examine and analyze the impact of green products, green brand image, and environmental awareness on purchasing decisions for Aqua-branded bottled water. The study focuses on Aqua consumers located in the vicinity of Universitas Mercu Buana, West Jakarta. A total of 140 respondents participated, selected via a non-probability sampling approach using purposive sampling. This research employs a quantitative approach with a descriptive-causal design. Data collection was conducted through online questionnaires, utilizing a Likert scale to measure the research variables. Data analysis was performed using the Partial Least Squares (PLS) method with SmartPLS 4.0 software for data processing. The results indicate that green products have a positive but insignificant effect on purchasing decisions, whereas green brand image and environmental awareness have a positive and significant effect on purchasing decisions for Aqua products.

***Keywords**: Green product; green brand image; environmental awareness, purchase decision; AQUA*

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL **0**
HALAMAN JUDUL ..... **i**
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI ..... **ii**
SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN ..... **iii**
HALAMAN PENGESAHAN ..... **iv**
KATA PENGANTAR ..... **v**
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH DI REPOSITORI UMB ..... **vii**
ABSTRAK ..... **viii**
ABSTRACT ..... **ix**
DAFTAR ISI ..... **x**
DAFTAR TABEL ..... **xii**
DAFTAR GAMBAR ..... **xiii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xiv**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang Penelitian 1
1.2 Rumusan Masalah 13
1.3 Tujuan Penelitian 14
1.4 Kontribusi Penelitian 14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS **15**
2.1 Kajian Pustaka 15
2.1.1 Manajemen Pemasaran 15
2.1.2 Bauran Pemasaran 16
2.1.3 Perilaku Konsumen 17
2.1.4 Keputusan Pembelian 18
2.1.5 Green Product 23
2.1.6 Green Brand Image 25
2.1.7 Environmental Awareness 26
2.2 Pengembangan Hipotesis 31

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

2.2.1 Pengaruh *Green Product* terhadap Keputusan Pembelian 31
2.2.2 Pengaruh *Green Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian 32
2.2.3 Pengaruh *Environmental Awareness* terhadap Keputusan Pembelian 33
2.3 Rerangka Konseptual 34
BAB III METODE PENELITIAN 36
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian 36
3.2 Desain Penelitian 36
3.3 Definisi dan Operasionalisasi Variabel 37
3.4 Skala Pengukuran Variabel 41
3.5 Populasi dan Sampel Penelitian 42
3.6 Metode Pengumpulan Data 44
3.7 Metode Analisis Data 45
3.7.1 Analisis Deskriptif 46
3.7.2 Uji Instrumen 47
3.7.3 Analisis *Partial Least Square* (PLS) 48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 53
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitan 53
4.2 Analisis Deskriptif 55
4.2.1 Deskripsi Responden 55
4.2.2 Deskripsi Variabel 58
4.3 Hasil Analisis Data *Partial Least Square* (PLS) 63
4.3.1 Hasil Uji Model Pengukuran (Outer Model) 63
4.3.2 Menguji Model Struktural (inner Model) 72
4.3.3 Uji Hipotesis 74
4.4 Pembahasan 76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 80
5.1 KESIMPULAN 80
5.2 SARAN 80
DAFTAR PUSTAKA 83
LAMPIRAN 95

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Prasurvei Penelitian 11
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu 28
Tabel 3. 1 Operasional Variabel 40
Tabel 3. 2 Skala Likert 42
Tabel 4. 1 Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin 55
Tabel 4. 2 Deskripsi responden berdasarkan usia 56
Tabel 4. 3 Deskrips responden berdasarkan pendidikan terakhir 56
Tabel 4. 4 Deskripsi responden berdasarkan pekerjaan 57
Tabel 4. 5 Deskripsi responden berdasarkan pengeluaran per bulan 58
Tabel 4. 6 Deskripsi variabel green product 59
Tabel 4. 7 Deskripsi variabel green brand image 60
Tabel 4. 8 Deskripsi Variabel Environmental awareness 61
Tabel 4. 9 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian 62
Tabel 4. 10 Hasil Pengujian Convergent Validity 64
Tabel 4. 11 Hasil Pengujian Convergent Validity Setelah Modifikasi 66
Tabel 4. 12 Hasil Pengujian Discriminan Valididty 68
Tabel 4. 13 Average Variance Extracted (AVE) 69
Tabel 4. 14 Fornell-larcker Criterion 70
Tabel 4. 15 Heterotrait-monotrait ratio 70
Tabel 4. 16 Hasil Pengujian Composite Realibility 71
Tabel 4. 17 Hasil Pengujian Nilai R-Square (R2) 72
Tabel 4. 18 Hasil Pengujian Nilai F-Square (F2) 73
Tabel 4. 19 Hasil Pengujian Q-Square (Q2) 73
Tabel 4. 20 Hasil Pengujian Hipotesis 75

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Komposisi Sampah Indonesia 2
Gambar 1. 2 Proyeksi Timbulan Sampah..... 3
Gambar 1. 3 Botol Plastik AQUA..... 4
Gambar 1. 4 Gerakan #BijakBerplastik Danone-AQUA..... 5
Gambar 1. 5 Air Mineral Dalam Kemasan Favorit 2024 7
Gambar 1. 6 Brand Index 8
Gambar 2. 1 Model Hubungan Variabel 35
Gambar 4. 1 Program Keberlanjutan AQUA melalui Kemasan Daur Ulang..... 53
Gambar 4. 2 Hasil PLS Algorithm 65
Gambar 4. 3 Hasil Algorithm PLS Setelah Modifikasi..... 67
Gambar 4. 4 Hasil Pengujian Bootstraping..... 75

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR LAMPIRAN

1 Kuesioner Penelitian 95
2 Hasil Rekapitulasi 99
3 Tabulasi Data Kuesioner 103
4 Hasil Olah Data PLS 114

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id