PENGARUH *GREEN BRAND IMAGE*, *ECO-LABEL* DAN *GREEN ADVERTISING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK LE MINERALE

TUGAS AKHIR
SKRIPSI

AZ ZAHRO BULAN SHOFWATUN NISA
43122010317

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026

lib.mercubuana.ac.id

PENGARUH *GREEN BRAND IMAGE*, *ECO-LABEL* DAN *GREEN ADVERTISING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK LE MINERALE

TUGAS AKHIR
SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

AZ ZAHRO BULAN SHOFWATUN NISA
43122010317

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026

lib.mercubuana.ac.id

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Az Zahro Bulan Shofwatun Nisa
NIM	: 43122010317
Fakultas/Program Studi	: S1 Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:
"Pengaruh *Green Brand Image, Eco-Label* Dan *Green Advertising* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Le Minerale" 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.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 4 Juli 2026



Az Zahro Bulan Shofwatun Nisa

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	: AZ ZAHRO BULAN SHOFWATUN NISA
NIM	: 43122010317
Fakultas / Program Studi	: FEB / Manajemen
Jenis	: Skripsi
Judul Tugas Akhir	: PENGARUH GREEN BRAND IMAGE, ECO-LABEL DAN GREEN ADVERTISING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK LE MINERALE
Hasil Pengecekan Turnitin	: 21%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **21%** 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/14/0000001400/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama	:	Az Zahro Bulan Shofwatun Nisa
NIM	:	43122010317
Fakultas/Program Studi	:	Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir	:	Pengaruh Green Brand Image, Eco-Label dan Green Advertising Terhadap Keputusan Pembelian Produk Le Minerale

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 31 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. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si
NIDN/NUPTK: 0323047103

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-08266604

Scan QR or click here to Verification

lib.mercubuana.ac.id

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, karunia, serta petunjuk-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul **"Pengaruh *Green Brand Image*, *Eco-Label* dan *Green Advertising* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Le Minerale"**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan jenjang Strata 1 (S1) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari dukungan, bimbingan, serta bantuan dari berbagai pihak. Khususnya rasa terima kasih penulis kepada Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si., selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, saran, semangat, serta nasihat yang sangat bermanfaat sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini, penulis menyampaikan rasa terima kasih 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, MM., Ph.D., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen.
4. Seluruh jajaran dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan bimbingan serta ilmunya dengan penuh keikhlasan dan dedikasi yang tinggi, penulis ucapkan terima kasih.
5. Kedua orang tua tercinta, Ayah Agus dan Mamah Umi. Terima kasih telah menjadi sumber kekuatan, inspirasi, dan alasan terbesar bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas segala kasih sayang tanpa batas, doa yang tidak pernah putus, serta pengorbanan luar biasa yang tidak akan pernah mampu saya balas. Karya kecil ini saya persembahkan untuk Ayah dan Mamah.
6. Adik kecil saya tercinta, Azzahro Beyza Khoirunnisa. Terima kasih atas segala celotehan polos, senyuman dan candaan lucumu yang selalu

lib.mercubuana.ac.id

membuat saya tersenyum kembali di tengah lelahnya mengerjakan skripsi.

7. Sahabat saya tercinta Miranda, Shelly, Zahra, Sarah, dan Nisa, terima kasih atas ajakan hangout, tawa dan momen-momen kecil yang membantu saya melepaskan stress dan kembali bersemangat melanjutkan skripsi.
8. Terima kasih kepada teman seperjuangan saya Olga, Zulaikha dan Tania yang selalu membersamai saya menulis skripsi ini.
9. Terima kasih kepada Formula 1, BTS dan EXO yang telah menjadi pelarian terbaik di tengah kejenuhan dan tekanan menulis skripsi

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan memiliki keterbatasan baik dari segi data, penyajian, maupun pengalaman. Oleh karena itu, saran serta kritik yang membangun sangat penulis harapkan demi penyempurnaan karya ini di masa mendatang. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat serta menambah wawasan bagi para pembaca

Jakarta, 4 Juli 2026



Az Zahro Bulan Shofwatun Nisa
NIM : 43122010317

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

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

Nama Mahasiswa	: Az Zahro Bulan Shofwatun Nisa
NIM	: 43122010317
Program Studi	: Manajemen S1
Judul Skripsi	: PENGARUH *GREEN BRAND IMAGE, ECO-LABEL* DAN *GREEN ADVERTISING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK LE MINERALE

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 Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilih Hak Cipta

Dengan Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Jakarta, 14 September 2026

Yang menyatakan,



Az Zahro Bulan Shofwatun Nisa

lib.mercubuana.ac.id

PENGARUH *GREEN BRAND IMAGE*, *ECO-LABEL* DAN *GREEN ADVERTISING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK LE MINERALE

AZ ZAHRO BULAN SHOFWATUN NISA

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji keterkaitan *Green Brand Image, Eco-Label,* dan *Green Advertising* dengan Keputusan Pembelian produk Le Minerale. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan objek penelitian konsumen Le Minerale yang berdomisili di DKI Jakarta. Data penelitian diperoleh dari 163 responden laki-laki dan perempuan yang ditentukan berdasarkan kriteria tertentu melalui teknik non-probability sampling dengan metode purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner dengan skala Likert. Data yang dikumpulkan kemudian diolah menggunakan metode Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) melalui aplikasi SmartPLS 4. Hasil pengujian menunjukkan bahwa *Green Brand Image, Eco-Label,* dan *Green Advertising* mempunyai pengaruh positif serta signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk Le Minerale.

Kata Kunci: *Green Brand Image*, *Eco-Label*, *Green Advertising*, Keputusan Pembelian

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

THE EFFECT OF GREEN BRAND IMAGE, ECO-LABEL, AND GREEN ADVERTISING ON PURCHASE DECISION OF LE MINERALE PRODUCTS

AZ ZAHRO BULAN SHOFWATUN NISA

ABSTRACT

This study examines the relationship between Green Brand Image, Eco-Label, and Green Advertising and the purchasing decision for Le Minerale products. A quantitative approach was employed, focusing on Le Minerale consumers residing in DKI Jakarta. Data were obtained from 163 male and female respondents selected based on specific criteria using a non-probability sampling technique—specifically, purposive sampling. Data collection was conducted via a questionnaire using a Likert scale. The collected data were subsequently analyzed using the Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method with SmartPLS 4 software. The results indicate that Green Brand Image, Eco-Label, and Green Advertising have a positive and significant influence on the purchasing decision for Le Minerale products.

Keywords: Green Brand Image, Eco-Label, Green Advertising, Purchase Decision

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**
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 1
1.2 Rumusan Masalah 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 Perilaku Konsumen 16
2.1.1.1 Pengertian Perilaku Konsumen 16
2.1.1.2 Faktor-faktor Perilaku Konsumen 17
2.1.2 *Triple Bottom Line* (TBL) 17
2.1.2.1 Pengertian *Triple Bottom Line* 17
2.1.2.2 Dimensi *Triple Bottom Line* 18
2.1.2.3 Indikator *Triple Bottom Line* 19
2.1.3 Keputusan Pembelian 20
2.1.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian 20

UNIVERSITAS MERCU BUANA
lib.mercubuana.ac.id

2.1.3.2 Faktor Keputusan Pembelian 20
2.1.3.3 Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian 22
2.1.4 *Green Brand Image* 24
2.1.4.1 Pengertian *Green Brand Image* 24
2.1.4.2 Dimensi dan Indikator *Green Brand Image* 24
2.1.5 *Eco-Label* 25
2.1.5.1 Pengertian *Eco-Label* 25
2.1.5.2 Dimensi dan Indikator *Eco-Label* 26
2.1.6 *Green Advertising* 27
2.1.6.1 Pengertian *Green Advertising* 27
2.1.6.2 Dimensi dan Indikator *Green Advertising* 27
2.2 Penelitian Terdahulu 29
2.3 Pengembangan Hipotesis 32
2.3.1 Pengaruh *Green Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian 32
2.3.2 Pengaruh *Eco-Label* terhadap Keputusan Pembelian 33
2.3.3 Pengaruh *Green Advertising* terhadap Keputusan Pembelian 34
2.4 Kerangka Konseptual 34
BAB III METODE PENELITIAN 36
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian 36
3.2 Desain Penelitian 36
3.3 Definisi dan Operasional Variabel 37
3.3.1 Definisi Variabel 37
3.3.2 Operasional Variabel 38
3.4 Skala Pengukuran Variabel 40
3.5 Populasi dan Sampel 40
3.5.1 Populasi 40
3.5.2 Sampel 41
3.6 Metode Pengumpulan Data 43
3.7 Metode dan Analisis Data 44
3.7.1 Analisis Statistika Deskriptif 44
3.7.2 Analisis *Partial Least Square* 45

lib.mercubuana.ac.id

3.7.2.1 Pengertian *Partial Least Square* 45
3.7.2.2 Analisis Model Pengukuran (*Outer Model*)..... 46
3.7.2.3 Analisis Model Struktural (*Inner Model*) 49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN..... 52
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 52
4.2 Statistik Responden 53
4.3 Deskripsi Variabel 56
4.4 Hasil Analisi Data *Partial Least Squaee* (PLS-SEM) 62
4.4.1 Analisis Model Pengukuran (*Outer Model*) 62
4.4.2 Analisis Model Struktural (*Inner Model*) 71
4.4.3 Hasil Uji Hipotesis..... 74
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian 76
4.5.1 Pengaruh *Green Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian..... 76
4.5.2 Pengaruh *Eco-Label* Terhadap Keputusan Pembelian..... 78
4.5.3 Pengaruh *Green Advertising* Terhadap Keputusan Pembelian 79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 82
5.1 Kesimpulan 82
5.2 Saran 83
DAFTAR PUSTAKA..... 86
LAMPIRAN..... 93

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pra-Survey 11
Tabel 2. 1 Penelitian terdahulu 29
Tabel 3. 1 Operasional Tabel 38
Tabel 3. 2 Instrumen Skala Likert 40
Tabel 4. 1 Berdasarkan Jenis Kelamin 53
Tabel 4. 2 Berdasarkan Usia 53
Tabel 4. 3 Berdasarkan Pendidikan Terakhir 54
Tabel 4. 4 Berdasarkan Pekerjaan 55
Tabel 4. 5 Berdasarkan Domisili 55
Tabel 4. 6 Pengeluaran Konsumtif Per Bulan 56
Tabel 4. 7 Deskripsi Tanggapan Responden Variabel *Green Brand Image* 56
Tabel 4. 8 Deskripsi Tanggapan Responden Variabel *Eco-Label* 58
Tabel 4. 9 Deskripsi Tanggapan Responden Variabel *Green Advertising* 59
Tabel 4. 10 Deskripsi Tanggapan Responden Variabel Keputusan Pembelian ... 60
Tabel 4. 11 Hasil Uji *Outer Loading* 63
Tabel 4. 12 Hasil Uji *Outer Loading* (Modifikasi) 65
Tabel 4. 13 Hasil Uji *Reliability* (*Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*)66
Tabel 4. 14 Hasil Uji *Convergent Validity* (*Average Variance Extracted*) 67
Tabel 4. 15 Hasil Uji *Discriminant Validity* (Cross Loading) 68
Tabel 4. 16 Hasil Uji *Discriminant Validity* (Fornell-Lacrker Criterion) 69
Tabel 4. 17 Hasil Uji *Discriminant Validity Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT) 70
Tabel 4. 18 Hasil Uji Multikolinearitas (VIF) 71
Tabel 4. 19 Hasil Uji R-*Square* (R^2) 72
Tabel 4. 20 Hasil Uji *Effect Size* (f^2) 73
Tabel 4. 21 Hasil Uji *Predictive Relevance* (Q^2) 73
Tabel 4. 22 Hasil Uji Hipotesis 75

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Persentase Sumber Sampah di Indonesia 2
Gambar 1. 2 Proyeksi Timbulan Sampah dan Sampah Plastik di Indonesia (2017-2025) 3
Gambar 1. 3 Ikon SDG 12 dan SDG 13 5
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual 35
Gambar 3. 1 Hasil Perhitungan Jumlah Sampel Menggunakan G*Power 3.1.9.742
Gambar 4. 1 Hasil Uji *Outer Loading* 63
Gambar 4. 2 Hasil Uji *Outer Loading* (Modifikasi) 65
Gambar 4. 3 Hasil Uji Hipotesis 74

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian 93
Lampiran 2. Profile Responden 94
Lampiran 3. Daftar Pernyataan 95
Lampiran 4. Hasil Jawaban Responden 99

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id