PENGARUH *GREEN PRODUCT*, *GREEN ADVERTISING*, DAN *GREEN PACKAGING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN *COFFEE SHOP* KOPI KENANGAN

TUGAS SKRIPSI

SKRIPSI

BAGUS PRIMA HENANDA

43122010298

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA

2026

lib.mercubuana.ac.id

PENGARUH *GREEN PRODUCT*, *GREEN ADVERTISING*, DAN *GREEN PACKAGING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN *COFFEE SHOP* KOPI KENANGAN

TUGAS AKHIR

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana

BAGUS PRIMA HENANDA

43122010298

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 : Bagus Prima Henanda

NIM : 43122010298

Program Studi : S1 Manajemen

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

Jakarta, 5 juli 2025



Bagus Prima Henanda

43122010298

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	: BAGUS PRIMA HENANDA
NIM	: 43122010298
Fakultas / Program Studi	: FEB / Manajemen
Jenis	: Skripsi
Judul Tugas Akhir	: PENGARUH GREEN PRODUCT, GREEN ADVERTISING, DAN GREEN PACKAGING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN COFFEE SHOP KOPI KENANGAN
Hasil Pengecekan Turnitin	: 29%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **29%** 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, 26 September 2026
Kepala Biro Perpustakaan

Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

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

2026/September/26/0000001552/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama	:	Bagus Prima Henanda
NIM	:	43122010298
Fakultas/Program Studi	:	Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir	:	PENGARUH GREEN PRODUCT, GREEN ADVERTISING, DAN GREEN PACKAGING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN COFFEE SHOP KOPI KENANGAN

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

Arief Bowo Prayoga Kasmo, S.E., M.M., Ph.D
NIDN/NUPTK: 0307107301

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-08266687

Scan QR or click here to Verification

lib.mercubuana.ac.id

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, karunia, dan petunjuk-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul *"Pengaruh Green Product, Green Advertising, dan Green Packaging terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Coffee Shop Kopi Kenangan"*. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

Terselesaikannya penelitian ini tentu tidak lepas dari peran berbagai pihak yang telah memberikan dukungan, doa, serta bimbingan selama proses penyusunannya. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan penghargaan, penulis menyampaikan ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Arief Bowo Prayoga Kasmo, S.E., M.M., Ph.D., selaku dosen pembimbing skripsi, yang telah meluangkan waktu, memberikan arahan, masukan, serta semangat secara konsisten selama proses penyusunan skripsi ini berlangsung.
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang memberikan arahan dan kebijakan akademik yang mendukung kelancaran studi.
3. Bapak Dudi Permana, M.M., Ph.D., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen yang telah memberikan fasilitas dan motivasi dalam pelaksanaan penelitian ini.
4. Prof. Dr. Andi Adriansyah, M.Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana yang telah memfasilitasi kegiatan akademik dengan baik.
5. Seluruh dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, yang dengan dedikasi tinggi telah membagikan ilmu dan pengalaman berharga kepada penulis selama menempuh pendidikan.

lib.mercubuana.ac.id

6. Teruntuk kedua orang tua saya yang tercinta, juga keluarga saya yang selalu memberikan doa, dukungan, dan semangat yang tiada hentinya kepada penulis.
7. Kepada seluruh teman – teman studi Manajemen Angkatan 2022 Mercu Buana Meruya dan teman bimbingan yang selalu memberikan semangat selama masa studi.
8. Teruntuk seseorang yang setia menemani dan mendukung selama pembuatan penelitian dan skripsi ini.
9. Teruntuk teman-teman saya yaitu Azhar dan Adit yang selalu menemani, memberikan bantuan, dukungan dan semangat kepada penulis selama penyelesaian skripsi ini.

Ucapan terima kasih yang tulus juga penulis sampaikan kepada keluarga, teman-teman, dan pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu, atas dukungan moril maupun materil yang diberikan hingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa mendatang.

Jakarta, 6 Juli 2026

Bagus Prima Henanda

NIM 43122010298

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	:	Bagus Prima Henanda
NIM	:	43122010298
Fakultas/Program Studi	:	Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir	:	Pengaruh *Green Product*, *Green advertising*, dan *Green Packaging* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *Coffee Shop* Kopi Kenangan

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, 27 Oktober 2026

Yang menyatakan,



(Bagus Prima Henanda)

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

PENGARUH *GREEN PRODUCT*, *GREEN ADVERTISING*, DAN *GREEN PACKAGING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN *COFFEE SHOP* KOPI KENANGAN

BAGUS PRIMA HENANDA

ABSTRACT

The shift in urban consumer behavior toward greater environmental awareness has encouraged companies to adopt green marketing strategies. One of the local brands implementing such strategies is Kopi Kenangan, through initiatives such as eco-friendly packaging, green digital campaigns, and recycling programs. This study aims to examine the influence of green product, green advertising, and green packaging on consumers' purchase decisions at Kopi Kenangan. This research uses a quantitative approach with a survey method. The sampling technique employed is purposive sampling, with a total of 145 respondents who are consumers of Kopi Kenangan in Jakarta. Data were analyzed using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) through the SmartPLS 4 software. The results show that green product, green advertising, and green packaging have a positive and significant influence on consumers' purchase decisions. Among these, green packaging is found to be the most dominant factor. These findings indicate that green marketing elements can enhance consumer preference for products committed to sustainability. This study provides theoretical contributions to the development of green marketing literature in the local F&B sector and practical insights for businesses in designing more effective sustainability-based marketing strategies.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Keywords: Green Marketing, Green Product, Green Advertising, Green Packaging, Purchase Decision, Kopi Kenangan.

lib.mercubuana.ac.id

PENGARUH *GREEN PRODUCT*, *GREEN ADVERTISING*, DAN *GREEN PACKAGING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN *COFFEE SHOP* KOPI KENANGAN

BAGUS PRIMA HENANDA

ABSTRAK

Perubahan pola konsumsi masyarakat urban yang semakin sadar akan isu lingkungan telah mendorong perusahaan untuk mengadopsi strategi pemasaran hijau (*green marketing*). Salah satu brand lokal yang telah menerapkan strategi ini adalah Kopi Kenangan, melalui inisiatif seperti penggunaan kemasan ramah lingkungan, kampanye digital hijau, dan program daur ulang. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *green product*, *green advertising*, dan *green packaging* terhadap keputusan pembelian konsumen pada Kopi Kenangan. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode survei. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah responden sebanyak 145 orang konsumen Kopi Kenangan di Jakarta. Data dianalisis menggunakan metode *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) melalui perangkat lunak SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *green product*, *green advertising*, dan *green packaging* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. *Green packaging* menjadi variabel yang paling dominan memengaruhi keputusan pembelian. Temuan ini menunjukkan bahwa elemen-elemen *green marketing* mampu meningkatkan preferensi konsumen terhadap produk yang berkomitmen pada keberlanjutan. Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan literatur *green marketing* di sektor F&B lokal serta manfaat praktis bagi perusahaan dalam merancang strategi pemasaran berbasis keberlanjutan yang lebih efektif.

Kata Kunci: *Green Marketing*, *Green Product*, *Green Advertising*, *Green Packaging*, Keputusan Pembelian, Kopi Kenangan.

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 TUGAS AKHIR ..... **iv**
KATA PENGANTAR ..... **v**
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DIREPOSITORI UMB ..... **vii**
ABSTRACT ..... **viii**
ABSTRAK ..... **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 15
1.4 Kontribusi Penelitian 15
1.4.1 Kontribusi Praktis 15
1.4.2 Kontribusi Teoritis 16
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS **18**
2.1 Kajian Pustaka 18
2.1.1 Teori *Green Marketing* 18
2.1.2 Green Product 20
2.1.3 Green Advertising 22
2.1.4 Green Packaging 24
2.1.5 Keputusan Pembelian Konsumen 25
2.2 Penelitian Terdahulu 28

lib.mercubuana.ac.id

2.3 Pengembangan Hipotesis 32
2.3.1 *Green Product* 32
2.3.2 *Green Advertising* 32
2.3.3 *Green Packaging* 33
2.4 Kerangka Pemikiran 35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN 36
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian 36
3.2 Desain Penelitian 37
3.3 Definisi dan Operasionalisasi Variabel 39
3.4 Skala Pengukuran Variabel 40
3.5 Populasi dan Sampel Penelitian 41
3.5.1 Populasi Penelitian 41
3.5.2 Teknik dan Ukuran Sampel 42
3.6 Metode Pengumpulan Data 44
3.7 Metode Analisis Data 45
3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif 45
3.7.2 Analisis *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) 46
3.7.3 Uji Hipotesis 49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 50
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 50
4.2 Gambaran Umum Responden 51
4.2.1 Jenis Kelamin 52
4.2.2 Usia 52
4.2.3 Domisili 53
4.2.4 Pekerjaan 53
4.2.5 Penghasilan / Uang Saku per Bulan 54
4.2.6 Frekuensi Pembelian 55
4.2.7 Alasan Pembelian 55
4.2.8 Saluran Pembelian 56
4.3 Analisis Deskriptif Variabel 57

lib.mercubuana.ac.id

4.3.1 Variabel Keputusan Pembelian Konsumen (Y) 57
4.3.2 Variabel *Green Product* (X1) 58
4.3.3 Variabel *Green Advertising* (X2) 60
4.3.4 Variabel *Green Packaging* (X3) 61
4.4 Hasil Analisis PLS-SEM 62
4.4.1 Pengujian *Outer Model* (Model Pengukuran) 63
4.4.2 Analisis Model Struktural (*Inner Model*) 73
4.5 Pembahasan 81
4.5.1 Pengaruh *Green Product* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen . 81
4.5.2 Pengaruh *Green Advertising* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen 83
4.5.3 Pengaruh *Green Packaging* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen 85
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 87
5.1 Kesimpulan 87
5.2 Saran 88
DAFTAR PUSTAKA 91
LAMPIRAN 95

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pra-Survei Penelitian 13
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 28
Tabel 3.1 Operasional Variabel..... 39
Tabel 3.2 Skala Likert 40
Tabel 3.3 Syarat Uji Validitas 48
Tabel 3.4 Syarat Evaluasi Model Struktural 48
Tabel 4.1 Jenis Kelamin 52
Tabel 4.2 Usia 52
Tabel 4.3 Domisili..... 53
Tabel 4.4 Pekerjaan 53
Tabel 4.5 Penghasilan 54
Tabel 4.6 Frekuensi Pembelian 55
Tabel 4.7 Alasan Pembelian..... 55
Tabel 4.8 Saluran Pembelian..... 56
Tabel 4.9 Hasil Uji Deskriptif Keputusan Pembelian (Y) 57
Tabel 4.10 Hasil Uji Deskriptif Green Product (X1) 58
Tabel 4.11 Hasil Uji Deskriptif Green Advertising (X2)..... 60
Tabel 4.12 Hasil Uji Deskriptif Green Packaging (X3)..... 61
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Outer Loading (Convergent Validity) 65
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Average Variance Extracted (AVE) 66
Tabel 4.15 Hasil Pengujian Discriminant Validity (Cross Loading) 68
Tabel 4.16 Hasil Pengujian Discriminant Validity (Fornell-Larcker Criterion)... 70
Tabel 4.17 Hasil Pengujian Discriminant Validity (HTMT) 71
Tabel 4.18 Hasil Pengujian Composite Reliability dan Cronbach's Alpha..... 72
Tabel 4.19 Hasil Pengujian Variance Inflation Factor (VIF)..... 74
Tabel 4.20 Nilai R-Square (R^2) 75
Tabel 4.21 Nilai SRMR 76
Tabel 4.22 Nilai F-Square (F^2) 76
Tabel 4.23 Nilai Q-Square (Q^2 Predict) 77
Tabel 4.24 Hasil Uji Hipotesis (Path Coefficients – Bootstrapping) 79

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pertumbuhan Konsumsi Kopi Indonesia (2021-2025)..... 2

Gambar 1.2 Data Kontribusi Sektor terhadap Sampah Plastik Nasional..... 3

Gambar 1.3 Data Konsumen Indonesia Memilih Produk Ramah Lingkungan per-Generasi 4

Gambar 1.4 Pangsa Pasar Coffee Shop Lokal Indonesia 5

Gambar 2.1 Rerangka Pemikiran..... 35

Gambar 3.1 Output G-Power..... 43

Gambar 4.1 Hasil Uji Algoritma PLS (Output SmartPLS 4.1.1.8) 64

Gambar 4.2 Uji Bootstrapping (Output Smart-PLS 4.1.1.8) 79

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian 95
Lampiran 2. Karakteristik Responden 100
Lampiran 3. Tabel Rekapitulasi Jawaban Responden 105
Lampiran 4. Hasil Deskriptif Variabel 122
Lampiran 5. Hasil Uji Model Pengukuran (Outer Model) 126
Lampiran 6. Hasil Uji Model Struktural (Inner Model) 131
Lampiran 7. CV 134
Lampiran 8. Bukti Bimbingan 135

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id