

**PENGARUH *GREEN MARKETING*, *GREEN TRUST* DAN
GREEN BRAND IMAGE TERHADAP *GREEN PURCHASE
INTENTION* PADA AIR MINUM DALAM
KEMASAN (AMDK) CLEO**

SKRIPSI



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
TERAKREDITASI - A

Nama : Chita Dewi Anugraheni
NIM : 43118120090

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2023**

**PENGARUH *GREEN MARKETING*, *GREEN TRUST* DAN
GREEN BRAND IMAGE TERHADAP *GREEN PURCHASE*
INTENTION PADA AIR MINUM DALAM
KEMASAN (AMDK) CLEO**

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana

Jakarta



Nama : Chita Dewi Anugraheni

NIM : 43118120090

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2023**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang Bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Chita Dewi Anugraheni

Nim : 43118120090

Program Studi : Manajemen SI

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 tindakan plagiat (penjiplakan).

Jakarta, 26 Mei 2023



Chita Dewi Anugraheni

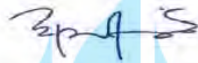
NIM. 43118120090

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Chita Dewi Anugraheni
NIM : 43118120090
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Green Marketing, Green Trust dan Green Brand Image terhadap Green Purchase Intention pada Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Cleo
Tanggal Sidang : 26 Mei 2023

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



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



Dudi Permana, Ph.D

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LPTA 06232473



Please Scan QRCode to Verify

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan judul **“Pengaruh *Green Marketing*, *Green Trust* dan *Green Brand Image* terhadap *Green Purchase Intention* pada Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Cleo”**. Proposal skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin berterima kasih khususnya kepada Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberi saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya proposal skripsi ini.

Dalam kesempatan ini penulis juga ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah memberi dukungan moral serta material dalam penyusunan proposal skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan tepat waktu, terutama kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Andi Andriansyah, M. Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana Jakarta.
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si, AK., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana Jakarta.

3. Bapak Dudi Permana, MM, Ph.D., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dr. Suprpto, SP, M.Si, selaku dosen Tugas Akhir Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
5. Bapak Mas Wahyu Wibowo, MBA., Ph.D dan Ibu Febrina Mahliza, SE, M.Si, selaku Dosen Penguji Sidang Skripsi yang telah memberi saran dan masukan pada skripsi ini.
6. Para dosen di FEB Universitas Mercu Buana Jakarta yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami.
7. Bapak dan Ibu di bagian administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta, yang dengan penuh kesabaran dan keikhlasan bersedia membantu segala urusan administrasi selama penulis kuliah.
8. Teristimewa, orang tua dan adik tercinta yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya.
9. Seluruh teman-teman Manajemen S1 FEB UMB angkatan 2018 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan

kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 27 Mei 2023



Chita Dewi Anugraheni

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Kontribusi Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS..	11
A. Kajian Pustaka	11
1. Manajemen Pemasaran	11
2. Perilaku Konsumen.....	12
3. Air Minum Dalam Kemasan (AMDK).....	12
4. <i>Green Marketing</i>	13
a. Pengertian <i>Green Marketing</i>	13
b. Indikator <i>Green Marketing</i>	14
5. <i>Green Trust</i>	14
a. Pengertian <i>Green Trust</i>	14
b. Indikator <i>Green Trust</i>	15
6. <i>Green Brand Image</i>	15
a. Pengertian <i>Green Brand Image</i>	15
b. Indikator <i>Green Brand Image</i>	16
7. <i>Green Purchase Intention</i>	16
a. Pengertian <i>Green Purchase Intention</i>	16
b. Indikator <i>Green Purchase Intention</i>	17
8. Penelitian Terdahulu	17
B. Pengembangan Hipotesis.....	26
1. Pengaruh <i>Green Marketing</i> terhadap <i>Green Purchase Intention</i>	26
2. Pengaruh <i>Green Trust</i> terhadap <i>Green Purchase Intention</i>	27
3. Pengaruh <i>Green Brand Image</i> terhadap <i>Green Purchase Intention</i>	28

BAB III METODE PENELITIAN	31
A. Waktu dan Tempat Penelitian	31
B. Desain Penelitian	31
C. Definisi dan Operasional Variabel	31
1. Variabel Independen	32
2. Variabel Dependen	32
D. Skala Pengukuran	34
E. Populasi dan Sampel Penelitian	35
1. Populasi Penelitian.....	35
2. Sampel Penelitian	35
F. Metode Pengumpulan Data.....	35
G. Metode Analisis Data.....	36
1. Statistik Deskriptif.....	36
a. Deskripsi Responden.....	36
b. Deskripsi Variabel	36
2. <i>Partial Least Square (PLS)</i>	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	42
A. Statistik Deskriptif	42
1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	42
2. Deskripsi Responden.....	43
3. Deskripsi Variabel.....	47
B. <i>Partial Least Square (PLS)</i>	52
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	64
1. Pengaruh <i>Green Marketing</i> Terhadap <i>Green Purchase Intention</i>	64
2. Pengaruh <i>Green Trust</i> Terhadap <i>Green Purchase Intention</i> ...	66
3. Pengaruh <i>Green Brand Image</i> Terhadap <i>Green Purchase Intention</i>	67
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	69
A. Simpulan.....	69
B. Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN	77

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Data Penjualan	4
1.2	Perbandingan Inovasi beberapa AMDK	6
1.3	<i>Top Brand Index</i> Air Minum Dalam Kemasan	7
1.4	Pra Survei Penelitian	8
2.1	Penelitian terdahulu.....	17
3.1	Operasional Variabel Penelitian.....	33
3.2	Skala <i>likert</i>	34
4.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
4.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Umur	44
4.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Domisili.....	44
4.4	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	45
4.5	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	46
4.6	Deskripsi Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan.....	47
4.7	Statistik Deskriptif <i>Green Marketing</i>	48
4.8	Statistik Deskriptif <i>Green Trust</i>	49
4.9	Statistik Deskriptif <i>Green Brand Image</i>	50
4.10	Statistik Deskriptif <i>Green Purchase Intention</i>	51
4.11	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	54
4.12	<i>Avarage Variance Extracted (AVE)</i>	56
4.13	<i>Cross Loading</i>	57
4.14	<i>Fornell-larcker criterion</i>	58
4.15	<i>Heterotrait-monotrait ratio (HTMT)</i>	59
4.16	<i>Cronbach's alpha</i>	59
4.17	<i>Composite reliability</i>	60
4.18	R^2 (<i>Coeficient Determination</i>).....	61
4.19	Q^2 (<i>Predictive Relevance</i>)	62
4.20	f^2 (<i>Effect Sizes</i>).....	62
4.21	Uji Hipotesis	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Komposisi Sampah Berdasarkan Jenis Sampah (2021)	2
2.1	Rerangka Konseptual	29
4.1	Hasil Alogaritma PLS	53
4.2	<i>Boostraping</i>	63



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner	77
2	Data Diolah	82
3	Jawaban Responden.....	88



UNIVERSITAS
MERCU BUANA