

**ANALISIS *GREEN PRODUCT*, *GREEN ADVERTISING*, DAN  
*BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
STUDI PADA PT SINAR SOSRO**

**SKRIPSI**



**Nama : Wahyu Novitasari**

**NIM : 43120010105**

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2024**

**ANALISIS *GREEN PRODUCT*, *GREEN ADVERTISING*, DAN  
*BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
STUDI PADA PT SINAR SOSRO**

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

Universitas Mercu Buana



Nama : Wahyu Novitasari

UNIVERSITAS

NIM : 43120010105

MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2024**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Wahyu Novitasari  
NIM : 43120010105  
Program Studi : S-1 Manajemen

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

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

MERCU BUANA

Jakarta, 29 November 2023



Wahyu Novitasari

43120010105

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Wahyu Novitasari  
NIM : 43120010105  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : ANALISIS GREEN PRODUCT, GREEN ADVERTISING DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN STUDI PADA PT SINAR SOSRO  
Tanggal Sidang : 14 Maret 2024

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Adi Nurmahdi, MBA

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

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

Dudi Permana, Ph.D

LPTA 04243855



Please Scan QRCode to Verify

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis *Green Product*, *Green Advertising*, dan *Brand Image* terhadap keputusan pembelian Teh Botol Sosro. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang sudah melakukan keputusan pembelian terhadap produk Teh Botol Sosro di daerah Kembangan dengan jumlah penduduk 334.115 jiwa. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 140 responden, dihitung berdasarkan rumus Hair. Metode penarikan sampel ini menggunakan *non probability sampling*, sampel diambil dengan menggunakan jenis *purposive sample* dengan bantuan kuesioner online, metode analisis data menggunakan *Partial Least Square*. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa *Green Product*, *Green Advertising*, dan *Brand Image* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Teh Botol Sosro.

Kata Kunci: *Green Product*, *Green Advertising*, *Brand Image*, *Keputusan Pembelian*



## ABSTRACT

*This research aims to analyze Green Product, Green Advertising, and Brand Image on purchasing decisions for Teh Botol Sosro. The population in this research are consumers who have made purchasing decisions for Teh Botol Sosro products in the Kembangan area with a population of 334,115 people. The sample used in this research was 140 respondents, calculated based on the Hair formula. This sampling method uses non-probability sampling, the sample is taken using a purposive sample with the help of an online questionnaire, the data analysis method uses Partial Least Square. The results of this research found that Green Product, Green Advertising, and Brand Image had a positive and significant influence on purchasing decisions for Teh Botol Sosro.*

*Keyword: Green Product, Green Advertising, Brand image, Purchasing Decisions.*



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan Proposal Skripsi ini dengan judul “**Analisis Green Product, Green Advertising, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Studi Pada PT Sinar Sosro**”. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan Skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak terutama dari Bapak Dr. Adi Nurmahdi, BA (Hons), Dip CIM, MBA selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, motivasi, ilmu dan nasehat yang bermanfaat kepada peneliti dalam penyusunan skripsi ini. Peneliti juga ingin berterima kasih kepada semua pihak yang telah membantu baik dari segi bimbingan, saran, maupun dorongan moril dan materiil sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan tepat waktu. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini peneliti ucapkan Alhamdulillah atas kekuatan Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan dengan segala kerendahan hati peneliti ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Skripsi ini terutama kepada:

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

3. Bapak Dudi Permana, MM, Ph.D, selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Seluruh Dosen Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah membantu dan memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat dan tidak terbatas kepada peneliti selama berkuliah di Universitas Mercu Buana.
5. 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 peneliti kuliah.
6. Teristimewa, kedua orang tua tercinta dan adik. Bapak Liswanto, Ibu Parjiyem, Adik Amelia Natasya yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada peneliti serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Terkhusus untuk pemilik NIM 43120010105 yaitu saya pribadi selaku peneliti, yang telah berjuang dan berusaha semaksimal mungkin dalam menyelesaikan skripsi serta menuntut ilmu sampai detik ini.
8. Rekan-rekan UKK Kewirausahaan Universitas Mercu Buana periode 2022-2023 yang telah memberikan pengalaman berharga dalam berorganisasi.
9. Rekan-rekan seperjuangan Afriska Kusuma Wardani, Reva Mayrizka Riadi, Alfia Nur Fadia, Femi Resti Andriani, dan Fikri Mardiyah atas dorongan semangat, motivasi dan inspirasinya. Serta seluruh teman – teman Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMB angkatan 2020 yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita.



10. Pihak-pihak lain yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu, terima kasih atas bantuan, semangat, motivasi, inspirasi serta doanya

Peneliti menyadari sebagaimana manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak terlepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, peneliti mengharap segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, peneliti mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam proposal skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan pembaca pada umumnya.



Jakarta, 29 November 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Wahyu Novitasari'.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
Wahyu Novitasari

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....	iii
ABSTRAK .....	iv
ABSTRACT .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah .....	12
C. Tujuan Penelitian.....	13
D. Kontribusi penelitian.....	13
<b>BAB II .....</b>	<b>16</b>
<b>KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....</b>	<b>16</b>
A. Kajian Pustaka .....	16
2. Kajian Penelitian Terdahulu .....	27
B. Pengembangan Hipotesis .....	33
1. Hubungan <i>Green Product</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	33
2. Hubungan <i>Green Advertising</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	34
3. Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	35
C. Kerangka Konseptual .....	36
<b>BAB III.....</b>	<b>38</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>38</b>
A. Waktu Penelitian dan Tempat Penelitian .....	38

B. Desain Penelitian .....	38
C. Definisi dan Operasional Variabel .....	39
1. Definisi Variabel Penelitian .....	39
2. Operasional Variabel .....	40
D. Skala Pengukuran Variabel .....	42
E. Populasi dan Sempel .....	43
1. Populasi .....	43
2. Sampel .....	44
F. Metode Pengumpulan Data .....	45
G. Metode Analisis Data .....	45
1. Analisis Deskriptif.....	46
2. Analisis Partial Least Square (PLS) .....	47
1. Hasil Pengujian Hipotesis.....	52
<b>BAB IV .....</b>	<b>54</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>54</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	54
1. Sejarah PT Sinar Sosro.....	54
B. Statistik Deskriptif.....	56
1. Hasil Analisis Deskripsi Responden .....	56
2. Deskripsi Variabel .....	59
C. Hasil Uji Instrumen Penelitian .....	63
1. Uji Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	63
2. Uji Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	72
3. Pengujian Hipotesis .....	75
E. Pembahasan Hasil Penelitian.....	78
1. Pengaruh <i>Green Product</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	78
2. Pengaruh <i>Green Advertising</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	79
3. Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	80
<b>BAB V.....</b>	<b>82</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>82</b>
A. Simpulan.....	82

B. Saran.....	83
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>85</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>89</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Top Brand .....	8
Tabel 1. 2 Tabel Pra Survey .....	10
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	28
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	40
Tabel 3. 2 Pengukuran Skala Linkert.....	43
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	57
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	58
Tabel 4. 3 Uji Deskriptif Variabel <i>Green Product</i> .....	59
Tabel 4. 4 Uji Deskriptif Variabel <i>Green Advertising</i> .....	60
Tabel 4. 5 Uji Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i> .....	61
Tabel 4. 6 Uji Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	62
Tabel 4. 7 Hasil algoritma PLS .....	64
Tabel 4. 8 Hasil algoritma PLS (Modifikasi).....	66
Tabel 4. 9 Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	67
Tabel 4. 10 Nilai <i>Cross Loading</i> .....	68
Tabel 4. 11 Nilai <i>Fornell Lacker</i> .....	70
Tabel 4. 12 Nilai <i>Heteroit-Monotroit Ratio</i> .....	70
Tabel 4. 13 Nilai <i>Cronbach Alpha</i> dan <i>Composite Reability</i> .....	71
Tabel 4. 14 Hasil Uji Nilai <i>R-Square</i> .....	72
Tabel 4. 15 Hasil Uji Nilai <i>Effect Size</i> .....	73
Tabel 4. 16 Hasil Uji Nilai Relefansi Prediksi.....	74
Tabel 4. 17 Hasil Uji Multikolinearitas.....	75
Tabel 4. 18 Hasil Uji Hipotesis .....	77

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Tren Bencana Alam Akibat Perubahan Iklim.....	1
Gambar 1. 2 Survei tingkat kepedulian anak muda terhadap lingkungan.....	3
Gambar 1. 3 Survei Ragam Jenis Minuman Kemasan Favorit Masyarakat Indonesia .....	5
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual .....	36
Gambar 4. 1 Perubahan Desain Kemasan Teh Botol Sosro.....	55
Gambar 4. 2 Hasil Algoritma PLS .....	65
Gambar 4. 3 Hasil Algoritma PLS (Modifikasi).....	66
Gambar 4. 4 Hasil Pengujian Bootstrapping.....	76



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	89
Lampiran 2 Rekapitulasi Jawaban Kuesioner.....	93
Lampiran 3 Hasil Deskriptif Responden.....	133
Lampiran 4 Hasil Deskriptif Variabel.....	134
Lampiran 5 Hasil Uji Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	135
Lampiran 6 Hasil Uji Model Pengukuran ( <i>Inner Model</i> ).....	139
Lampiran 7 Hasil Uji Hipotesis.....	141

