

**PENGARUH KESADARAN MEREK, PEMASARAN HIJAU,  
KESADARAN LINGKUNGAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN HIJAU AQUA**

**(STUDI PADA PELANGGAN DI KEBON JERUK JAKARTA BARAT)**

**SKRIPSI**



Nama: Awang Gugum Gumelar

NIM: 43120010092

UNIVERSITAS

MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2024**

**PENGARUH KESADARAN MEREK, PEMASARAN HIJAU,  
KESADARAN LINGKUNGAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN HIJAU AQUA**

**(STUDI PADA PELANGGAN DI KEBON JERUK JAKARTA BARAT)**

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

Universitas Mercu Buana



Nama: Awang Gugum Gumelar

NIM: 43120010092

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

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

**2024**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Awang Gugum Gumelar

NIM : 43120010092

Program Studi : S1 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 ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.



Jakarta, 13 Juni 2024



Awang Gugum Gumelar

NIM: 43120010092

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Awang Gugum Gumelar  
NIM : 43120010092  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : PENGARUH KESADARAN MEREK, PEMASARAN HIJAU,  
KESADARAN LINGKUNGAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN HIJAU AQUA (STUDI PADA PELANGGAN DI  
KEBON JERUK JAKARTA BARAT)  
Tanggal Sidang : 29 Agustus 2024

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Yanto Ramli, M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



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



Dudi Permana, Ph.D

LPTA-10244577



Scan QR or [click here](#) to  
Verification

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh *kesadaran merek, pemasaran hijau, kesadaran lingkungan* terhadap *keputusan pembelian hijau* pada produk AQUA (studi pada pelanggan di Kebon Jeruk Jakarta Barat). Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang berdomisili di Kebon Jeruk Jakarta Barat. Metode penarikan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan rumus hair yaitu dengan kriteria-kriteria yang telah ditentukan, sampel yang digunakan adalah 165 pelanggan di Kebon Jeruk Jakarta Barat dengan usia 15-45 tahun. Metode pengumpulan data menggunakan survei, dengan instrumen penelitian adalah kuesioner. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dan metode analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan aplikasi *Partial Least Square* (PLS) SmartPLS 4.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) *kesadaran merek* berpengaruh positif signifikan terhadap *keputusan pembelian hijau* pada pelanggan produk AQUA di Kebon Jeruk Jakarta barat (2) *pemasaran hijau* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *keputusan pembelian hijau* pada pelanggan AQUA di Kebon Jeruk. (3) *kesadaran lingkungan* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *keputusan pembelian hijau* pada pelanggan produk AQUA di Kebon Jeruk.

**Kata Kunci:** *Kesadaran Merek, Pemasaran Hijau, Kesadaran Lingkungan, Keputusan Pembelian Hijau, AQUA*

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## **ABSTRACT**

*This study aims to test and analyze the effect of brand awareness, green marketing, environmental awareness on green purchasing decisions on AQUA products (study on customers in Kebon Jeruk, West Jakarta). The population in this study were customers who live in Kebon Jeruk, West Jakarta. The sampling method used purposive sampling with the hair formula, namely with predetermined criteria, the sample used was 165 customers in Kebon Jeruk, West Jakarta with ages 15-45 years. The data collection method used a survey, with the research instrument being a questionnaire. This study uses quantitative research and the data analysis method used is Structural Equation Modeling (SEM) with the Partial Least Square (PLS) SmartPLS 4.0 application. The results of this study indicate that: (1) brand awareness has a significant positive effect on green purchasing decisions for AQUA product customers in Kebon Jeruk, West Jakarta. (2) green marketing has a positive and significant effect on green purchasing decisions for AQUA customers in Kebon Jeruk. (3) environmental awareness has a positive and significant effect on green purchasing decisions on AQUA product customers in Kebon Jeruk.*

**Keywords:** *Brand Awareness, Green Marketing, Environmental Awareness, Green Purchasing Decisions, AQUA*



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, serta kesehatan dan kekuatan sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan judul **“PENGARUH KESADARAN MEREK, PEMASARAN HIJAU, DAN KESADARAN LINGKUNGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HIJAU AQUA”**. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi pada program studi manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan dari berbagai pihak terutama bapak Dr. Yanto Ramli, M.M selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, motivasi, ilmu dan nasehat yang bermanfaat kepada peneliti dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah berpartisipasi dalam membantu penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Andi Adriansyah, 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, Ph.D. Selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana
4. Bapak Dr. Yanto Ramli, M.M. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini
5. Ibu Daru Asih, Dr., M.Si Selaku dosen mata kuliah Metodologi Penelitian Pemasaran yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat
6. Bapak Muhamad, SE., MM Selaku Dosen Mata Kuliah Tugas Akhir yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat

7. Keluarga tercinta, orang tua yang selalu memberikan doa dan dukungan yang tiada henti selama penyusunan skripsi ini
8. Kepada sahabat dan orang terkasih bernama Indah Lestari yang telah memberikan semangat dan dukungan dalam proses penyelesaian skripsi ini
9. Kepada masyarakat konsumen AQUA Kebon Jeruk yang telah bersedia untuk menjadi responden dalam penelitian ini
10. Kepada diri sendiri yang telah berjuang mengerjakan skripsi ini sampai selesai
11. Semua yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, pastinya tidak hentinya penulis sampaikan semoga amal baik semua pihak yang telah membantu mendapat balasan yang berlipat ganda dari sang maha pencipta

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat menjadi karya yang bermanfaat, penulis juga menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu, penulis mohon maaf atas segala kekurangan yang terdapat dalam skripsi ini dan semoga dapat diperbaiki oleh penulis lainnya sehingga ilmu yang diperoleh akan terus berkembang dan bermanfaat.

Jakarta, 2024

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Awang Gugum Gumelar



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	17
C. Tujuan Penelitian	18
D. Kontribusi Penelitian	18
1. Kontribusi Praktis	18
2. Kontribusi Teoritis	19
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b>	<b>20</b>
A. Kajian Pustaka	20
1. Manajemen Pemasaran	20
2. Keputusan Pembelian Hijau	22
3. Kesadaran Merek	28
4. Pemasaran Hijau	33
5. Kesadaran Lingkungan	38
6. Penelitian Terdahulu	43
B. Pengembangan Hipotesis	51
1. Pengaruh Kesadaran Merek terhadap Keputusan Pembelian Hijau	51
2. Pengaruh Pemasaran Hijau terhadap Keputusan Pembelian Hijau	51
3. Pengaruh Kesadaran Lingkungan terhadap Keputusan Pembelian Hijau	52
4. Kerangka Konseptual	52

<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	<b>54</b>
A. Waktu dan Tempat Penelitian	54
B. Desain Penelitian	54
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	55
1. Definisi Variabel	55
2. Operasionalisasi Variabel	57
D. Skala Pengukuran Variabel	60
E. Populasi dan Sampel Penelitian	61
1. Populasi	61
2. Sampel	61
F. Metode Pengumpulan Data	62
G. Metode Analisis Data	63
1. Analisis Deskriptif	63
2. Uji Instrumen	64
3. Metode Analisis Data ( <i>Structural Equation Modeling</i> )	65
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	<b>69</b>
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	69
B. Statistik Deskriptif	70
1. Deskripsi Responden	70
2. Deskripsi Variabel	74
C. Hasil Uji Instrumen Penelitian	80
D. Hasil Analisis Data	80
1. Evaluasi Measurement ( <i>outer</i> ) Model	80
2. Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis ( <i>Inner</i> Model)	89
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>	<b>95</b>

A. Simpulan	95
B. Saran	96
1. Saran Untuk Perusahaan AQUA	96
2. Saran Untuk Peneliti Selanjutnya	97
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>98</b>
<b>LAMPIRAN</b>	<b>103</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	3
Asal Sampah di Indonesia	3
Tabel 1.2	4
Sampah Berdasarkan Jenisnya	4
Tabel 1.3	12
<i>Top Brand Awards</i> produk Air Minum Dalam Kemasan 2023	12
Tabel 1.4	13
Prasurvey Mengenai <i>Reverse Vending Machine</i>	13
Tabel 1.5	15
Prasurvei Alasan Pembelian AQUA masyarakat Kebon Jeruk	15
Tabel 2.1	43
Penelitian Terdahulu	43
Tabel 3.1	57
Operasionalisasi Variabel	57
Tabel 3.2	60
Tingkatan Skala Likert	60
Tabel 4.1	70
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	70
Tabel 4.2	71
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Saat Ini	71
Tabel 4.3	72
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	72
Tabel 4.4	73
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	73
Tabel 4.5	74
Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran perbulan	74
Tabel 4.6	75
Deskriptif Berdasarkan Keputusan Pembelian Hijau	75
Tabel 4.7	76
Deskriptif Berdasarkan Variabel Kesadaran Merek	76
Tabel 4.8	77
Deskriptif Berdasarkan Variabel Pemasaran Hijau	77
Tabel 4.9	79

Deskriptif Berdasarkan Kesadaran Lingkungan	79
Tabel 4.10	81
Hasil pengujian <i>Convergent Validity</i>	81
Tabel 4.11	83
Hasil pengujian <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi)	83
Tabel 4.12	85
Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity</i> ( <i>Cross loadings</i> )	85
Tabel 4.13	87
Hasil Pengujian AVE	87
Tabel 4.14	87
Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity</i> ( <i>Fornell Lacker Criterium</i> )	87
Tabel 4.15	88
Hasil Pengujian <i>Composite Reliability &amp; Cronbach's Alpha</i>	88
Tabel 4.16	89
Nilai R <sup>2</sup> Variabel Endogen	89
Tabel 4.17	91
Hasil Pengujian Hipotesis	91



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	6
Limbah Sampah Plastik di Indonesia	6
Gambar 1.2	10
<i>Reverse Vending Machine</i>	10
Gambar 2.1	53
Kerangka Konseptual	53
Gambar 4.1	82
Hasil Algoritma PLS	82
Gambar 4.2	84
Hasil Algoritma PLS (Modifikasi)	84
Gambar 4.3	92
Hasil Uji <i>Bootstrapping</i>	92



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian	103
Lampiran 2: Hasil Kuesioner	107
Lampiran 3: Hasil <i>Output</i> PLS	124

