

**PENGARUH *GREEN MARKETING*, *GREEN AWARENESS*  
DAN *GREEN PRODUCT INNOVATION* TERHADAP  
*PURCHASE DECISION***

**SKRIPSI**



Nama : JOHANES BONDAN PANGESTU

NIM : 43120120048

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCUBUANA  
JAKARTA  
2025**

**PENGARUH *GREEN MARKETING*, *GREEN AWARENESS* DAN  
*GREEN PRODUCT INNOVATION* TERHADAP *PURCHASE  
DECISION***

(Studi pada Konsumen *Aqua Life* di Sunter Agung, Jakarta Utara)

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



Nama: Johanes Bondan Pangestu

NIM: 43120120048

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2025**

## **SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Johanes Bondan Pangestu

NIM : 43120120048

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa penulisan 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).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 10 Juli 2024



Johanes Bondan Pangestu

NIM : 43120120048

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Johanes Bondan Pangestu  
NIM : 43120120048  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : PENGARUH GREEN MARKETING, GREEN AWARENESS  
DAN GREEN PRODUCT INNOVATION TERHADAP  
PURCHASE DECISION  
Tanggal Sidang : 06 Maret 2025

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-03254908



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

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh Pemasaran Hijau, Kesadaran Hijau, Produk Inovasi Hijau terhadap Keputusan Pembelian. (Studi pada konsumen AQUA *Life* di Sunter Agung, Jakarta Utara). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan populasi konsumen yang telah melakukan pembelian produk ramah lingkungan pada masyarakat di Sunter Agung, Jakarta Utara. Sampel penelitian dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, dengan total responden sebanyak 206 orang. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan metode regresi linier berganda untuk menentukan hubungan dan pengaruh variabel *independen* (pemasaran hijau, kesadaran hijau, inovasi produk hijau) terhadap variabel *dependen* (keputusan pembelian). Penelitian ini menggunakan metode analisis yaitu *Partial Least Square* (PLS). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) pemasaran hijau berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada pelanggan produk AQUA *Life* di Sunter Agung. (2) pemasaran hijau berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada pelanggan AQUA *Life* di Sunter Agung. (3) inovasi produk hijau tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pada pelanggan produk AQUA *Life* di Sunter Agung.

Kata Kunci: Pemasaran Hijau, Kesadaran Hijau, Inovasi Produk Hijau, Keputusan Pembelian.



## ABSTRACT

*This research aims to identify and analyze the influence of Green Marketing, Green Awareness, and Green Innovation Products on Purchasing Decision. (Studi pada konsumen AQUA Life di Sunter Agung, Jakarta Utara). The research uses quantitative methods with consumer populations that have purchased environmentally friendly products from Sunter Agung, North Jakarta communities. The samples were selected using purposive sampling techniques, with 206 respondents. Data were collected through questionnaires and analyzed using a double linear regression method to determine the relationship and influence of independent variables (green marketing, green awareness, green product innovation) to dependent variables Purchase decision. This study uses the analysis method of Partial Least Square. (PLS). The results of this study indicate that: (1) green marketing has a significant positive effect on purchasing decision of AQUA Life product customers in Sunter Agung. (2) green marketing has a positive and significant effect on purchasing decision of AQUA Life customers in Sunter Agung. (3) green product innovation does not have a positive and insignificant effect on purchasing decision of AQUA Life product customers in Sunter Agung.*

**Keywords:** *Green Marketing, Green Awareness, Green Product Innovation, Purchase decision.*



## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Tuhan YME, atas berkah dan limpahan rahmat-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “PENGARUH *GREEN MARKETING*, *GREEN AWARENESS* DAN *GREEN PRODUCT INNOVATION* TERHADAP *PURCHASE DECISION*”. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih terutama kepada 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. Dalam kesempatan ini juga penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah berpartisipasi dalam membantu penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Prof. Dr. Andi Andriansyah M. Eng sebagai Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dudi Permana, Ph. D selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.
4. Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si dan Mas Wahyu Wibowo, MBA, Ph.D selaku dosen penguji skripsi yang telah memberikan saran, waktu, evaluasi yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini.
5. Seluruh Dosen dan Staff di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlsannya mencurahkan seluruh ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami.
6. Kedua orang tua tercinta Bapak Agustinus Hartanto dan Ibu Vincentia Sri Winarti serta kakak tercinta Leonardus Bagas Prakoso yang telah memberikan doa, semangat, dukungan, motivasi, dan kasih sayang yang tiada taranya selama penyusunan skripsi.
7. Rekan-rekan seperjuangan di perkuliahan Arma, Ismi, Syifa, Taufik dan yang terkasih Novia serta teman-teman satu bimbingan yang telah memberikan dukungan, saran, doa, dan motivasi.

8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dan memperlancar proses penelitian dari awal sampai selesainya penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan keterbatasan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki oleh penulis. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran, dan masukan yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis, pembaca, dan peneliti selanjutnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini. Terima kasih

Jakarta, 04 Maret 2025



Johanes Bondan Pangestu

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## 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>iii</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>xii</b>  |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b>                                             | <b>xiii</b> |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b>                                           | <b>1</b>    |
| A. Latar Belakang Penelitian                                       | 1           |
| B. Rumusan Masalah                                                 | 12          |
| C. Tujuan Penelitian                                               | 12          |
| D. Kontribusi Penelitian                                           | 13          |
| <b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b>            | <b>15</b>   |
| A. Kajian Pustaka                                                  | 15          |
| 1. Perilaku Konsumen                                               | 15          |
| a. Pengertian Perilaku Konsumen                                    | 15          |
| b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen               | 15          |
| 2. <i>Purchase decision</i> (keputusan pembelian)                  | 17          |
| a. Pengertian <i>Purchase decision</i>                             | 17          |
| b. Tujuan <i>Purchase decision</i>                                 | 18          |
| c. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi <i>Purchase decision</i>        | 19          |
| d. Dimensi dan Indikator Dalam <i>Purchase decision</i>            | 19          |
| 3. Manajemen Pemasaran                                             | 21          |
| a. Pengertian Manajemen Pemasaran                                  | 21          |
| b. Tujuan Manajemen Pemasaran                                      | 23          |
| 4. <i>Green Marketing</i>                                          | 25          |
| a. Pengertian <i>Green Marketing</i>                               | 25          |
| b. Tujuan <i>Green Marketing</i>                                   | 26          |
| c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi <i>Green Marketing</i>          | 27          |
| d. Dimensi dan Indikator <i>Green Marketing</i>                    | 28          |
| 5. <i>Green Awareness</i>                                          | 29          |
| a. Pengertian <i>Green Awareness</i>                               | 29          |
| b. Tujuan <i>Green Awareness</i>                                   | 30          |
| c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi <i>Green Awareness</i>          | 30          |
| d. Dimensi dan Indikator <i>Green Awareness</i>                    | 31          |
| 6. <i>Green Product Innovation</i>                                 | 32          |
| a. Pengertian <i>Green Product Innovation</i>                      | 32          |
| b. Tujuan <i>Green Product Innovation</i>                          | 33          |
| c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Green Product Innovation</i> | 33          |

|                                                                               |           |
|-------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| d. Dimensi dan Indikator <i>Green Product Innovation</i>                      | 34        |
| 7. Penelitian Terdahulu                                                       | 36        |
| B. Pengembangan Hipotesis                                                     | 41        |
| 1. Pengaruh <i>Green Marketing</i> terhadap <i>Purchase decision</i>          | 41        |
| 2. Pengaruh <i>Green Awareness</i> terhadap <i>Purchase decision</i>          | 41        |
| 3. Pengaruh <i>Green Product Innovation</i> terhadap <i>Purchase decision</i> | 42        |
| C. Kerangka Konseptual                                                        | 43        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN</b>                                              | <b>44</b> |
| A. Waktu dan Tempat Penelitian                                                | 44        |
| B. Desain Penelitian                                                          | 44        |
| C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel                                     | 45        |
| 1. Definisi Variabel                                                          | 45        |
| a. Variabel Bebas ( <i>independent variable</i> )                             | 45        |
| b. Variabel Terikat ( <i>dependen variable</i> )                              | 46        |
| 2. Operasionalisasi Variabel                                                  | 47        |
| D. Skala Pengukuran Variabel                                                  | 49        |
| E. Populasi dan Sampel Penelitian                                             | 49        |
| 1. Populasi Penelitian                                                        | 49        |
| 2. Sampel Penelitian                                                          | 50        |
| F. Metode Pengumpulan Data                                                    | 51        |
| G. Metode Analisis Data                                                       | 52        |
| 1. Analisis Deskriptif                                                        | 52        |
| a. Deskripsi Responden                                                        | 52        |
| b. Deskripsi Variabel                                                         | 53        |
| 2. Uji Instrumen                                                              | 53        |
| a. Uji Validitas                                                              | 53        |
| b. Uji Reliabilitas                                                           | 54        |
| 3. Analisis <i>Partial Least Square</i> (PLS)                                 | 54        |
| a. Pengertian <i>Partial Least Square</i> (PLS)                               | 54        |
| b. Menguji Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> )                            | 55        |
| c. Menguji Model Struktural ( <i>Inner Model</i> )                            | 56        |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>                                            | <b>59</b> |
| A. Analisis Deskriptif                                                        | 59        |
| 1. Gambaran Umum Perusahaan                                                   | 59        |
| 2. Deskriptif Responden                                                       | 61        |
| a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin                          | 61        |
| b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Saat Ini                          | 62        |
| c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan                              | 62        |
| d. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan                            | 63        |
| 3. Deskriptif Variabel                                                        | 64        |
| a. Deskriptif Jawaban Kuesioner Variabel <i>Green Marketing</i>               | 64        |
| b. Deskriptif Jawaban Kuesioner Variabel <i>Green Awereness</i>               | 65        |
| c. Deskriptif Jawaban Kuesioner Variabel <i>Green Product Innovation</i>      | 67        |
| d. Deskriptif Jawaban Kuesioner Variabel <i>Purchase Decision</i>             | 68        |
| B. Uji <i>Partial Least Square</i> (PLS)                                      | 70        |

|                                                                               |           |
|-------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| C. Analisis Data                                                              | 71        |
| 1. Hasil Pengujian Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> )                    | 71        |
| a. <i>Loading Factor</i>                                                      | 71        |
| b. Uji Reliabilitas                                                           | 75        |
| c. Uji Validitas                                                              | 76        |
| 2. Hasil Pengujian Model Struktural ( <i>Inner Model</i> )                    | 80        |
| a. Nilai <i>R-Square</i> ( $R^2$ )                                            | 80        |
| b. Uji <i>F-Square</i>                                                        | 81        |
| c. Uji <i>Q-Square</i> ( $Q^2$ )                                              | 83        |
| d. Hasil Pengujian Hipotesis                                                  | 84        |
| D. Pembahasan Hasil Penelitian                                                | 85        |
| 1. Pengaruh <i>Green Marketing</i> terhadap <i>Purchase Decision</i>          | 85        |
| 2. Pengaruh <i>Green Awareness</i> terhadap <i>Purchase Decision</i>          | 86        |
| 3. Pengaruh <i>Green Product Innovation</i> terhadap <i>Purchase decision</i> | 87        |
| <b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>                                               | <b>88</b> |
| A. Simpulan                                                                   | 88        |
| B. Saran                                                                      | 89        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b>                                                         | <b>91</b> |
| <b>LAMPIRAN</b>                                                               | <b>96</b> |



## DAFTAR TABEL

| Tabel | Judul                                                                      | Halaman |
|-------|----------------------------------------------------------------------------|---------|
| 1.1   | <i>Top Brand Indeks</i> AMDK 2021-2023                                     | 6       |
| 1.2   | Hasil Pra-Survey                                                           | 10      |
| 2.1   | Penelitian Terdahulu                                                       | 36      |
| 3.1   | Operasionalisasi Variabel <i>Purchase Decision</i>                         | 47      |
| 3.2   | Skala <i>Likert</i>                                                        | 49      |
| 4.1   | Tabel Interval                                                             | 61      |
| 4.2   | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin                          | 61      |
| 4.3   | Karakteristik Responden Berdasarkan Usia                                   | 62      |
| 4.4   | Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan                              | 62      |
| 4.5   | Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan                            | 63      |
| 4.6   | Deskriptif Variabel <i>Green Marketing</i>                                 | 64      |
| 4.7   | Deskriptif Variabel <i>Green Awereness</i>                                 | 66      |
| 4.8   | Deskriptif Variabel <i>Green Product Innovation</i>                        | 67      |
| 4.9   | Deskriptif Variabel <i>Purchase Decision</i>                               | 68      |
| 4.10  | Hasil Pengujian <i>Loading Factor</i>                                      | 72      |
| 4.11  | Hasil Uji <i>Loading Factor</i> (modifikasi)                               | 74      |
| 4.12  | Hasil Uji <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>         | 76      |
| 4.13  | Hasil Pengujian <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)                    | 77      |
| 4.14  | Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity</i> (Cross loadings)              | 77      |
| 4.15  | Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity</i> (Fornell Lacker Criterium)    | 79      |
| 4.16  | Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity</i> (Heterotrait-Monotrait Ratio) | 80      |
| 4.17  | Nilai <i>R-Square</i> atau $R^2$                                           | 81      |
| 4.18  | Nilai <i>F-Square</i> atau $F^2$                                           | 82      |
| 4.19  | Nilai <i>Q-Square</i> atau $Q^2$                                           | 83      |
| 4.20  | Hasil Uji Hipotesis                                                        | 84      |

## DAFTAR GAMBAR

| Gambar | Judul                                                    | Halaman |
|--------|----------------------------------------------------------|---------|
| 1.1    | Data Bobot Sampah di Laut Indonesia Berdasarkan Jenisnya | 2       |
| 1.2    | Pangsa Pasar Air Dalam Kemasan                           | 4       |
| 1.3    | Contoh Botol AQUA <i>Life</i>                            | 6       |
| 2.1    | Proses Keputusan Pembelian Konsumen                      | 21      |
| 2.2    | Kerangka Konseptual                                      | 43      |



## DAFTAR LAMPIRAN

| Lampiran | Judul                   | Halaman |
|----------|-------------------------|---------|
| 1        | Kuesioner Penelitian    | 96      |
| 2        | Hasil Kuesioner         | 101     |
| 3        | Hasil <i>Output</i> PLS | 121     |
| 4        | Hasil <i>Similarity</i> | 130     |

