

**PENGARUH *GREEN MARKETING* DAN PERSEPSI
GREENWASHING TERHADAP NIAT PEMBELIAN ULANG
PRODUK COCA-COLA KEMASAN BOTOL RPET
(Studi Kasus Pada Masyarakat di Jakarta Timur)**

***THE INFLUENCE OF GREEN MARKETING AND
GREENWASHING PERCEPTION ON REPURCHASE
INTENTION OF COCA-COLA RPET BOTTLED PRODUCTS
(Case Study on Community in East Jakarta)***

Oleh:

Kansa Dwi Nanda

2022410016

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Program Studi Manajemen pada
Universitas Darma Persada



**PROGRAM SARJANA FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMA PERSADA
JAKARTA**

2026

**PENGARUH *GREEN MARKETING* DAN PERSEPSI
GREENWASHING TERHADAP NIAT PEMBELIAN ULANG
PRODUK COCA-COLA KEMASAN BOTOL RPET
(Studi Kasus Pada Masyarakat di Jakarta Timur)**

***THE INFLUENCE OF GREEN MARKETING AND
PERCEPTION GREENWASHING ON REPURCHASE
INTENTION OF COCA-COLA RPET BOTTLED PRODUCTS
(Case Study on Community in East Jakarta)***

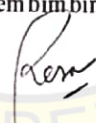
Oleh:
Kansa Dwi Nanda
2022410016

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu
Ekonomi Program Studi Manajemen pada Universitas Darma Persada

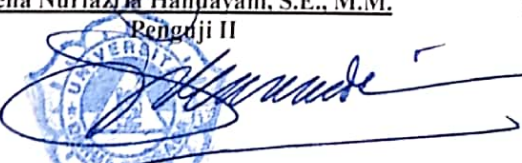
Telah disetujui oleh Tim Penguji pada tanggal
Jakarta, 18 Februari 2026

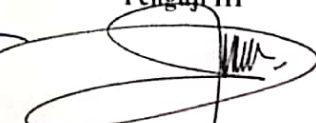

Shenda Aprilia Christanti, S.E., M.B.A
Pembimbing


Dr. Resa Nurlaela Anwar, S.E., M.M.
Penguji I


Ellena Nurfazria Handayani, S.E., M.M.
Penguji II


Shenda Aprilia Christanti, S.E., M.B.A
Penguji III


Dr. Sukardi, S.E., M.M.
Dekan Fakultas Ekonomi


Dedi Damhudi, S.E., M.M.
Ketua Program Studi

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Kansa Dwi Nanda
NIM : 2022410016
Jurusan/Peminatan : Manajemen/ Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul **"Pengaruh *Green Marketing* dan Persepsi *Greenwashing* terhadap Niat Pembelian Ulang Produk Coca-Cola Kemasan Botol rPET (Studi Kasus Pada Masyarakat di Jakarta Timur)"** yang dibimbing oleh Ibu Shenda Aprilia Christanti, S.E., M.B.A adalah benar merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan jiplakan dari karya orang lain. Apabila di kemudian hari ternyata ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia mempertanggungjawabkannya. Demikian pernyataan ini, maka saya buat dengan sebenar-benarnya. Apabila dikemudian hari ternyata ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini saya bersedia untuk bertanggung jawab sepenuhnya. Dengan demikian, saya menyusun pernyataan ini dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 1 Februari 2026



Kansa Dwi Nanda

ABSTRAK

Meningkatnya kesadaran lingkungan global dan regulasi pemerintah mendorong PT Coca-Cola Indonesia menerapkan strategi *Green Marketing* melalui kemasan rPET seperti konsumsi dan produksi yang bertanggung jawab. Coca-Cola tetap bertahan dan sudah dikenal sebagai merek minuman berkarbonasi yang dominan di Indonesia dan tetap menempati posisi teratas dalam persaingan merek, peningkatan penjualan turut berdampak pada bertambahnya penggunaan botol plastik yang berpotensi menambah jumlah sampah, terutama di wilayah seperti Jakarta Timur yang menjadi salah satu penyumbang sampah terbesar di Indonesia pada tahun 2024, sementara di sisi lain kesadaran konsumen terhadap produk ramah lingkungan tergolong tinggi dan banyak yang mempertimbangkan aspek kemasan serta isu lingkungan dalam pembelian produk, namun muncul pula keraguan akibat dugaan praktik *Greenwashing* terkait klaim penggunaan bahan daur ulang yang dinilai belum sepenuhnya sesuai dengan persepsi masyarakat, sehingga penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara bersamaan pengaruh *Green Marketing* dan persepsi *Greenwashing* terhadap niat pembelian ulang produk Coca-Cola kemasan botol rPET pada masyarakat di Jakarta Timur. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner kepada 100 responden menggunakan teknik *purposive sampling (non-probability sampling)*. Data dianalisis menggunakan *Statistical Product and Service Solutions (SPSS)*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Green Marketing* dan persepsi *Greenwashing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian ulang. Temuan ini menunjukkan bahwa variabel *Green Marketing* dan persepsi *Greenwashing* memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat pembelian ulang, baik bersama-sama atau simultan maupun masing-masing atau parsial, dengan kontribusi sebesar 52,1 persen.

Kata Kunci: *Green Marketing*, Persepsi *Greenwashing*, Niat Pembelian Ulang, Coca-Cola Kemasan Botol rPET.

ABSTRACT

The Increased global environmental awareness and government regulations have encouraged PT Coca-Cola Indonesia to implement a Green Marketing strategy through rPET packaging, such as responsible consumption and production. Coca-Cola remains dominant and well-known as a carbonated beverage brand in Indonesia, maintaining its top position in brand competition. Increased sales have led to greater use of plastic bottles, which has the potential to increase waste, especially in areas such as East Jakarta, which is one of the largest contributors to waste in Indonesia in 2024. while on the other hand, consumer awareness of environmentally friendly products is relatively high and many consider packaging and environmental issues when purchasing products. However, doubts have also arisen due to allegations of Greenwashing related to claims of recycled material use, which are considered not fully in line with public perception. Therefore, this study aims to simultaneously analyze the influence of Green Marketing and the perception of Greenwashing on the repurchase intention of Coca-Cola products packaged in rPET bottles among the community in East Jakarta. This study uses a quantitative method with data collection through questionnaires administered to 100 respondents using purposive sampling (non-probability sampling). The data was analyzed using Statistical Product and Service Solutions (SPSS). The results show that Green Marketing and perceptions of Greenwashing have a positive and significant effect on repurchase intention. These findings indicate that the variables of Green Marketing and perceptions of Greenwashing have a positive and significant effect on repurchase intention, both simultaneously and partially, with a contribution of 52.1 percent.

Keywords: *Green Marketing, Perception of Greenwashing, Repurchase Intention, Coca-Cola rPET Bottled Products.*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan rasa Syukur penulis sampaikan kepada Allah SWT yang telah memberikan anugerah dan petunjuk-Nya, sehingga penulis berhasil menyelesaikan proposal skripsi dengan judul **“Pengaruh *Green Marketing* dan Persepsi *Greenwashing* terhadap Niat Pembelian Ulang Produk Coca-Cola Kemasan Botol rPET (Studi Kasus Pada Masyarakat di Jakarta Timur)”** sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi di jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.

Penulis sepenuhnya memahami bahwa penyusunan proposal skripsi ini tidak akan berhasil tanpa bantuan dan do'a dari banyak orang. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Kepada Orang Tua penulis yang tercinta yaitu Ayah dan Ibu yang telah memberikan semua bentuk dukungan, motivasi, perhatian, do'a, serta yang telah membesarkan dan mendidik penulis dengan penuh kasih. Terima kasih atas pemberian yang telah diberikan kepada penulis, yang takkan pernah bisa dibandingkan atau digantikan oleh apapun.
2. Bapak tercintaku sangat kurindukan, almarhum yang telah pergi lebih dulu. Walaupun fisiknya tidak lagi ada, kasih sayang dan doa dari bapak selalu menyertai setiap langkah dan pilihan yang penulis ambil. Semoga setiap keberhasilan ini menjadi doa yang terus mengalir untuk bapak di tempat yang abadi.
3. Kakak yang sangat menginginkan penulis untuk meraih gelar sarjana, selalu

memberikan kasih sayang, dorongan, doa serta nasihat, dan menjadi pengingat bagi penulis untuk menyelesaikan pendidikan tepat waktu.

4. Ibu Shenda Aprilia Christanti, S.E., MBA. selaku dosen pembimbing penulis dalam penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas waktu, usaha, serta bimbingan dan arahan yang diberikan dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Dedi Damhudi, S.E., M.M. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Darma Persada.
6. Bapak Dr. Sukardi, S.E., M.M selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada
7. Rekan-rekan sejalani di jurusan Manajemen 2022, terutama grup *besties* (Lyra, Fadiyah, Elga), serta kepada rekan-rekan lainnya yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu di sini, karena telah membantu dan memberi dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Terakhir, terima kasih kepada sang penulis karya tulis ini yaitu diri saya sendiri, Kansa Dwi Nanda.

Jakarta, 19 November 2025
Penulis

Kansa Dwi Nanda

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi, Pembatasan dan Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	14
1.4 Kegunaan Penelitian	15
BAB II LANDASAN TEORI, PENELITIAN TERDAHULU DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	16
2.1 Landasan Teori	16
2.2 Landasan Empiris (Penelitian Terdahulu).....	39
2.3 Kerangka Pemikiran	45
2.4 Hipotesis Penelitian	47
2.5 Paradigma Penelitian	48
BAB III METODE PENELITIAN	49
3.1 Metode yang Digunakan.....	49
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian.....	50
3.3 Operasional Variabel	50
3.4 Sumber dan Cara Penentuan data.....	56
3.5 Teknik Pengumpulan Data	60
3.6 Rencana Analisis dan Uji Hipotesis.....	62
3.7 Uji Asumsi Klasik.....	64
3.8 Alat dan Analisis Data	65
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	70
4.1 Gambaran Umum.....	70
4.2 Hasil Penelitian	73
4.3 Analisis Statistik Deskriptif	78
4.4 Uji Keabsahan Data	85
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	87
4.6 Analisis Regresi Linear Berganda	92

4.7	Pembahasan	99
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		103
5.1	Kesimpulan.....	103
5.2	Saran.....	104
DAFTAR PUSTAKA		107

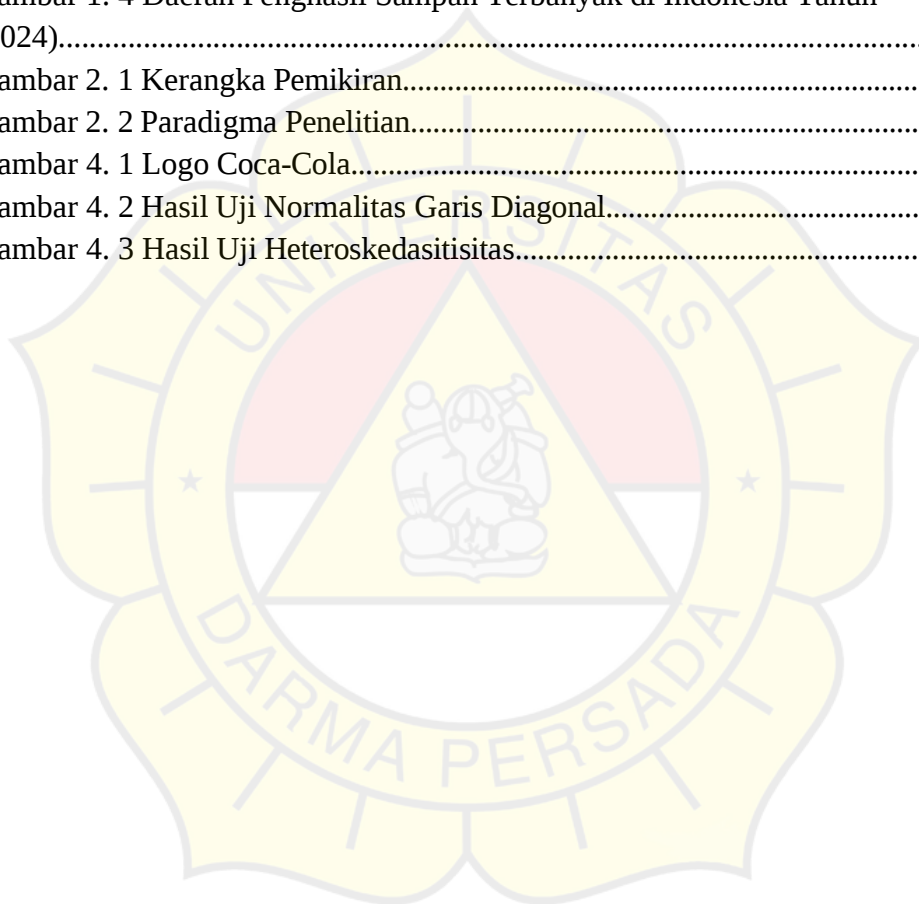


DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top Brand Index Kategori Minuman Bersoda Tahun 2021-2025	4
Tabel 1. 2 Market Share Coca-Cola Company 2020-2024	5
Tabel 1. 3 Total Penjualan Botol PET 2023-2024	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	38
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	51
Tabel 3. 2 Skala Likert	60
Tabel 3. 3 Interpretasi Koefisien Korelasi.....	66
Tabel 3. 4 Tingkat Koefisien Determinasi (R^2).....	67
Tabel 4. 1 Data yang diperoleh.....	72
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	73
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	73
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	74
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	75
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-rata Pendapatan per Bulan	76
Tabel 4. 7 Kesimpulan Analisis Deskriptif.....	77
Tabel 4. 8 Kesimpulan Analisis Deskriptif.....	79
Tabel 4. 9 Kesimpulan Analisis Deskriptif.....	82
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas.....	84
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas.....	86
Tabel 4. 12 Hasil Uji Normalitas <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov</i>	88
Tabel 4. 13 Hasil Uji Multikolinearitas.....	89
Tabel 4. 14 Hasil Koefisien Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi (R^2) pada <i>Green Marketing</i> dan Persepsi <i>Greenwashing</i> terhadap Niat Pembelian Ulang	92
Tabel 4. 15 Hasil Uji Koefisien Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi (R^2) pada <i>Green Marketing</i> terhadap Niat Pembelian ulang	93
Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisien Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi (R^2) Persepsi <i>Greenwashing</i> terhadap Niat Pembelian Ulang.....	93
Tabel 4. 17 Hasil Uji F (Simultan).....	95
Tabel 4. 18 Hasil Uji t (Parsial).....	96
Tabel 4. 19 Ringkasan Hasil Uji Hipotesis.....	98

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Preferensi Merek Minuman Berkarbonasi Tertinggi di Indonesia (2025).....	3
Gambar 1. 2 Produk Berkelanjutan yang Banyak digunakan Konsumen (2024).....	7
Gambar 1. 3 Tampilan Kemasan Coca-Cola Kemasan Botol rPET.....	8
Gambar 1. 4 Daerah Penghasil Sampah Terbanyak di Indonesia Tahun (2024).....	9
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	45
Gambar 2. 2 Paradigma Penelitian.....	47
Gambar 4. 1 Logo Coca-Cola.....	69
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas Garis Diagonal.....	87
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	91



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	117
Lampiran 2 Profile Responden	124
Lampiran 3 Tabulasi Hasil Tanggapan Responden	139
Lampiran 4 Tabulasi Hasil Tanggapan Responden	144
Lampiran 5 Tabulasi Hasil Tanggapan Responden	149
Lampiran 6 Hasil <i>Output</i> Uji Keabsahan Data	154
Lampiran 7 Hasil <i>Output</i> SPSS Versi 25 Uji Asumsi Klasik dan Regresi Linier.	162
Lampiran 8 Tabel Distribusi Variabel <i>Green Marketing</i>	173
Lampiran 9 Tabel Distribusi Variabel Persepsi <i>Greenwashing</i>	175
Lampiran 10 Tabel Distribusi Variabel Niat Pembelian Ulang	177
Lampiran 11 Tabel Z.....	179
Lampiran 12 Tabel r.....	180
Lampiran 13 Tabel t.....	181
Lampiran 14 Tabel F.....	182
Lampiran 15 Bukti Penyebaran Kuesioner Secara <i>Online</i>	183
Lampiran 16 Kampanye <i>Green Marketing</i> oleh Coca-Cola	188
Lampiran 17 Proporsi Kebiasaan Konsumsi Minuman <i>Soft Drink</i>	189
Lampiran 18 Catatan Kegiatan Konsultasi Skripsi	190
Lampiran 19 Daftar Riwayat Hidup	191