

**PENGARUH *GREEN PRODUCT* DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP *CONSUMER PURCHASE DECISION*
BERAS ORGANIK**

(Studi Kasus Pada Konsumen Beras Organik di Wilayah Meruya Selatan)

SKRIPSI



Nama : Silfiya Khumaeroh

NIM : 43112010108

**Program Studi S1 Manajemen
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2016

**PENGARUH *GREEN PRODUCT* DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP *CONSUMER PURCHASE DECISION*
BERAS ORGANIK**

(Studi Kasus Pada Konsumen Beras Organik di Wilayah Meruya Selatan)

SKRIPSI

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



Nama : Silfiya Khumaeroh

NIM : 43112010108

Program Studi S1 Manajemen

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2016

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Silfiya Khumaeroh

NIM : 43112010108

Program Studi : S1 Manajemen

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).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 22 Januari 2016



Silfiya Khumaeroh

NIM : 43112010108

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Silfiya Khumaeroh
NIM : 43112010108
Program Studi : S1 Manajemen
Judul : *PENGARUH GREEN PRODUCT DAN BRAND IMAGE TERHADAP CONSUMER PURCHASE DECISION BERAS ORGANIK (Studi Kasus Pada Konsumen Beras Organik di Wilayah Meruya Selatan)*
Tanggal Lulus Ujian : 18 Februari 2016

Disahkan Oleh:

Pembimbing,

Ketua Penguji,



Dr. Rina Astini, SE., MM
Tanggal : 23/2 2016



Dra. Evawati Khumaedi, Msi
Tanggal : 20/2 2016

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi S1 Manajemen,



Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak., MS., CA,
Tanggal : 24/2 2016



Dr. Rina Astini, SE., MM
Tanggal : 23/2 2016

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Green Product Dan Brand Image Terhadap Consumer Purchase Decision Beras Organik (Studi Kasus Pada Konsumen Beras Organik di Wilayah Meruya Selatan)”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Ibu Dr. Rina Astini, SE., MM, selaku dosen pembimbing skripsi dan Ketua Program Studi S1 Manajemen yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan syukur alhamdulillah atas kekuatan dari Allah SWT yang telah mencurahkan anugerahnya dan ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Ibuku Tercinta (Mama Sani), perempuan luar biasa yang selalu memberi dukungan, kasih sayang serta doa yang tiada henti, tidak ada kata-kata yang mampu mewakili dengan apa yang telah diberikan kepada penulis.

Ayahku Tercinta (Papa Seno) yang selalu mendoakan putrinya setiap waktu, mengingatkan akan arti sebuah perjuangan hidup serta rasa bersyukur dengan segala hal yang telah Allah SWT titipkan. Terimakasih telah menjadi Orang Tua yang sangat luar biasa untukku.

2. Adik Tersayang (Fauzi Nugroho), Terimakasih atas doa serta dukungan yang diberikan.
3. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak., MS., CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
5. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya yang bermanfaat bagi saya.
6. Eko Setiadi sebagai orang spesial yang selalu mensupport saya. Terimakasih atas doanya, dukungan semangat, nasihat, kesediannya selalu dalam membantu dan juga kesabaran yang luar biasa.
7. Terima Kasih kepada Keluarga Besar Mayarejja dan Suhadi atas doa dan semangatnya.
8. Fitriani Pratiwi. Sosok seperjuangan semasa bangku kuliah, seperjuangan mengikuti ajang kompetisi dan perlombaan, rekan sepenelitian bersama, dan juga rekan satu pekerjaan saat ini. Terimakasih atas ketulusan, *support*, kerja sama serta motivasinya.

9. Terimakasih kepada Ibu Nur Endah Retno Wuryandari, Sos., MM, selaku dosen pembimbing *Management Club*. Terima kasih atas ilmu yang diberikan, semangat, motivasi, kesabaran dan juga kebersamaannya selama ini.
10. “*Management Club*” : Fitri, Winda, Lita, Maya, Marle, Reza, Riduan, Bobby, Reo, Cindy, Iza, Ka Dendy, Ka Kiki, Ka Cae, Ka Galih sebagai rekan seperjuangan saya ketika berada di *Management Club*. Terimakasih atas semangat, kerjasama dan kebersamaannya selama ini.
11. “Asisten Dosen Periode 2014” : Fitri, Reza, Winda, Ayu, Dewi rekan seperjuangan ketika menjadi Asdos, terimakasih atas kerjasamanya.
12. Fitri, Widia, Winda, Agnes, Agfa, Lia, Mentari, Marle, Shaleh dan Bang Iskandar selaku rekan sebibingan, terimakasih atas semangat dan motivasinya.
13. Responden, terimakasih atas waktu yang diluangkan untuk mengisi kuesioner, keramahtamahan, dan perbincangan yang menarik.
14. Teman-teman S1 manajemen angkatan 2012. Terima kasih atas pengalaman, canda tawa, kerjasama, dan suka dukanya selama ini. Semoga kita semua lulus dengan hasil yang membanggakan.
15. Pihak-pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik

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

Jakarta, 22 Januari 2016

Silfiya Khumaeroh



DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGATAR	v
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	7
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian	7
1. Tujuan Penelitian	7
2. Kontribusi Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka	9
1. Manajemen Pemasaran	9
2. Pemasaran Hijau (<i>Green Marketing</i>)	10
3. Produk Hijau (<i>Green Product</i>)	11
a. Definisi Produk Hijau (<i>Green Product</i>)	11
b. Dimensi Produk Hijau (<i>Green Product</i>)	11
4. Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	13
a. Definisi Merek (<i>Brand</i>)	13
b. Fungsi Merek	14
c. Mutu Merek	15
d. Definisi Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	15
e. Dimensi Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	16
5. Keputusan Pembelian Konsumen	17

a.	Definisi Keputusan Pembelian Konsumen	17
b.	Tahap -Tahap Keputusan Pembelian Konsumen	18
6.	Penelitian Terdahulu	22
7.	Hubungan Antar Variabel	24
a.	Pengaruh <i>Green Product</i> terhadap <i>Consumer Purchase Decision</i>	24
b.	Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Consumer Purchase Decision</i>	25
B.	Rerangka Pemikiran	25
C.	Hipotesis	26
BAB III	METODE PENELITIAN	
A.	Lokasi dan Waktu Penelitian	27
B.	Desain Penelitian	27
C.	Definisi dan Operasionalisasi Variabel	28
1.	Variabel Penelitian	28
2.	Definisi Operasional Variabel	29
D.	Pengukuran Variabel	31
E.	Populasi dan Sampel Penelitian	32
1.	Populasi Penelitian	32
2.	Sampel Penelitian	33
F.	Sumber Data	34
G.	Teknik Pengumpulan Data	34
H.	Metode Analisis	36
1.	Uji Validitas	36
2.	Uji Reliabilitas	37
3.	Metode Statistik	38
4.	Tahap – Tahap Dalam SEM	39
5.	Pengujian Hipotesis	44

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A.	Gambaran Umum Objek Penelitian	45
1.	Tempat dan Waktu Penelitian	46
B.	Statistik Deskriptif	46
1.	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
2.	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	47
3.	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	48
4.	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	49
5.	Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan	50
C.	Uji Asumsi dan Kualitas Instrumen Penelitian	51
1.	Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel	51
D.	Pengolahan Data dan Uji Kecocokan Model Pengukuran .	63
1.	Uji Kecocokan Keseluruhan Model Pengukuran	64
2.	Uji Kecocokan Model Struktural (Uji T-Value)	68
3.	Pengujian Hipotesis Penelitian	69
4.	Analisis Hasil Penelitian	70

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

A.	Simpulan	72
B.	Saran	73

DAFTAR PUSTAKA	74
-----------------------------	----

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

No.	Keterangan	Halaman
2.1	Tabel Penelitian Terdahulu	22
3.1	Tabel Operasionalisasi Variabel	30
3.2	Tabel Skor Kepentingan Tiap Indikator Menurut Likert	32
4.1	Tabel Hasil Uji Validitas Variabel Green Product	53
4.2	Tabel Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i>	57
4.3	Tabel Hasil Uji Validitas Variabel <i>Consumer Purchase Decision</i>	61
4.4	Tabel Hasil Uji Kecocokan Model Pengukuran (Non Modifikasi)	65
4.5	Tabel Hasil Uji Kecocokan Model Pengukuran (Modifikasi)	67
4.6	Tabel Hasil Pengujian Kecocokan Struktural Model Penelitian	69
4.7	Tabel Hasil Pengujian Hipotesis	70



DAFTAR GAMBAR

No.	Keterangan	Halaman
2.1	Gambar Proses Keputusan Pembelian	18
2.2	Gambar Rerangka Pemikiran	26
4.1	Gambar Jenis Kelamin Responden	47
4.2	Gambar Usia Responden	48
4.3	Gambar Pekerjaan Responden	49
4.4	Gambar Pendidikan Responden	50
4.5	Gambar Penghasilan per Bulan Responden	51
4.6	Gambar Model Pengukuran Variabel <i>Green Product</i>	52
4.7	Gambar Model Pengukuran Variabel <i>Brand Image</i>	56
4.8	Gambar Model Pengukuran Variabel <i>Consumer Purchase Decision</i>	59
4.9	Gambar Model Pengukuran Variabel Konstruksi Variabel Penelitian (Non Modifikasi)	64
4.10	Gambar Model Pengukuran Variabel Konstruksi Variabel Penelitian (Modifikasi)	66
4.11	Gambar Model Struktural (T-Value)	68