

**PENGARUH *GREEN MARKETING* DAN *CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY* TERHADAP MINAT BELI DAN
DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN KOMPOR
INDUKSI**

(Survei pada Pegawai Grup PT PLN (Persero) di Jakarta)

SKRIPSI



Nama : Afni Nurfenti

Nim : 43117120196

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2021

PENGARUH *GREEN MARKETING* DAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP MINAT BELI DAN DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN KOMPOR INDUKSI

(Survei pada Pegawai Grup PT PLN (Persero) di Jakarta)

SKRIPSI



Nama : Afni Nurfenti

Nim : 43117120196

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2021

SKRIPSI

PENGARUH *GREEN MARKETING* DAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP MINAT BELI DAN DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN KOMPOR INDUKSI

(Survei pada Pegawai Grup PT PLN (Persero) di Jakarta)

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



Nama : Afni Nurfenti

Nim : 43116120196

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

2021

SKRIPSI
PENGARUH *GREEN MARKETING* DAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP MINAT BELI DAN DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN KOMPOR INDUKSI

(Survei pada Pegawai Grup PT PLN (Persero) di Jakarta)

Oleh:

Afni Nurfenti

NIM: 43117120196

Disetujui untuk Ujian Akhir Skripsi

Pada Tanggal:

16 Maret 2022

1. Dudi Permana, Ph.D.

Dosen Pembimbing



2. Dr. Yuli Harwani, MM

Dosen Penguji



UNIVERSITAS

Mengetahui,

Ketua Program Studi S1 Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana



Dr. H. Sonny Indrajaya, MM.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Afni Nurfenti
NIM : 43117120196
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH GREEN MARKETING DAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP MINAT BELI DAN DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN KOMPOR INDUKSI (Survei pada Pegawai Grup PT PLN (Persero) di Jakarta)
Tanggal Sidang : 16 Maret 2022

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dudi Permana, Ph.D

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

LPTA 03221150

UNIVERSITAS



Please Scan QRCode to Verify

MERCU BUANA

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Afni Nurfenti
NIM : 43117120196
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 apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan)

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 16 Maret 2022



43117120196

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh *Green Marketing* dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Minat Beli dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian Kompor Induksi (Survei pada Pegawai Grup PT PLN (Persero) di Jakarta)”**. Skripsi ini merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi mahasiswa Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana.

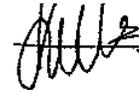
Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, dan dukungan yang sangat berarti dari orang tua, keluarga, kerabat dan berbagai pihak, khususnya Bapak Dudi Permana, Ph.D. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Selain itu, penulis juga mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip, Ms., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana
3. Bapak Dr. H. Sonny Indrajaya, MM., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

4. Para dosen di FEB Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya memberikan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami. Semoga di hadapan Allah SWT menjadi amal jariyah Bapak Ibu
5. Teristimewa, kedua orang tua yang telah memberikan semangat, doa, dan dukungan yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh teman-teman S1 Manajem FEB UMB angkatan 2017 yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan semua cita-cita dan impian kita.
7. Teman-teman seperbimbingan yang sudah saling membantu, memberikan semangat, serta saling memberikan motivasi.
8. 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 ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Jakarta, 16 Maret 2022



Afni Nurfenti



U N I V E R S I T A S

MERCU BUANA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah.....	16
C. Tujuan Penelitian.....	16
D. Kontribusi Penelitian	18
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	19
A. Kajian Teori	19
1. Perilaku Konsumen	19
2. Keputusan Pembelian	23
3. Minat Beli	27
4. <i>Green Marketing</i>	33
5. <i>Corporate Social Responsibility</i>	37
B. Hubungan Antar Variabel	41
C. Kajian Penelitian Terdahulu	46
D. Rerangka Konseptual Penelitian	54
BAB III METODE PENELITIAN	55
A. Waktu dan Tempat Penelitian	55
B. Desain Penelitian	55
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	56

1. Definisi Variabel	56
2. Operasionalisasi Variabel	59
D. Skala Pengukuran Variabel	62
E. Populasi dan Sampel Penelitian	62
1. Populasi	62
2. Sampel.....	63
F. Metode Pengumpulan Data	64
G. Metode Analisis Data	65
1. Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	66
2. Model Pengukuran (<i>Inner Model</i>).....	67
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	70
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	70
B. Analisis Deskriptif.....	70
1. Analisis deskriptif berdasarkan jenis kelamin.....	71
2. Analisis deskriptif berdasarkan usia responden	72
3. Analisis deskriptif berdasarkan jenis pekerjaan.....	73
4. Analisis deskriptif berdasarkan jenis penghasilan.....	74
C. Analisis Data Kuisisioner Penelitian	75
1. Evaluasi <i>Measurement Model (Outer Model)</i>	75
2. Evaluasi <i>Structural Model (Inner Model)</i>	81
3. Pembahasan Hasil Penelitian.....	86
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	90
A. Kesimpulan	90
B. Saran	92
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN.....	98

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1.	Data Bahan Bakar yang digunakan untuk memasak di Indonesia	4
1.2.	Realisasi Penggunaan Kompor Induksi	5
1.3.	Prasurvey	13
2.1.	Penelitian Terdahulu	46
3.1.	Operasionalisasi Variabel <i>Green Marketing</i>	59
3.2.	Operasionalisasi Variabel <i>Corporate Social Responsibility</i>	59
3.3.	Operasionalisasi Variabel Minat Beli	60
3.4.	Operasionalisasi Variabel Keputusan Pembelian	60
3.5.	Skala Pengukuran Variabel	62
4.1	<i>Output Convergent Validity</i>	76
4.2	<i>Convergent Validity</i> berdasarkan AVE	78
4.3	<i>Output Discriminant Validity</i>	78
4.4	Uji Reliabilitas	80
4.5	<i>Goodness of Fit Model</i>	81
4.6	<i>Output Path Coefficients</i>	83

U N I V E R S I T A S

MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

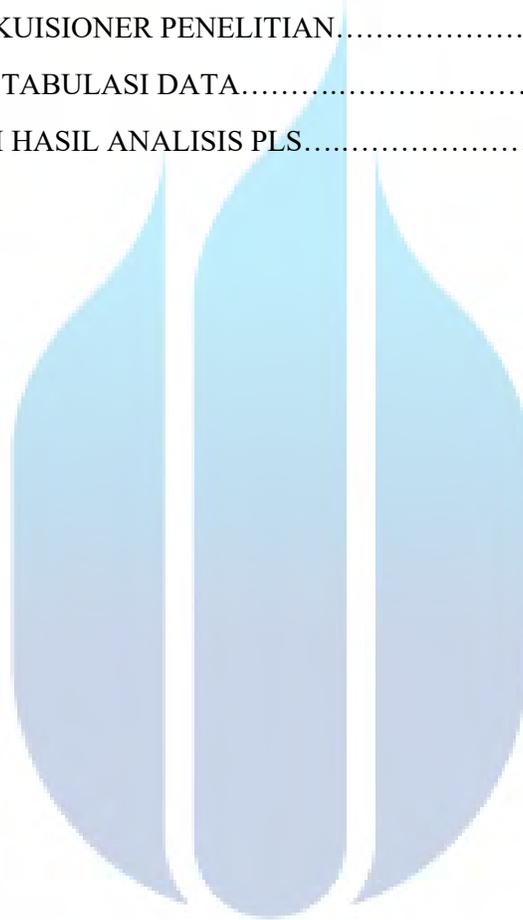
Gambar	Judul	Halaman
1.1.	Trend Peningkatan Emisi Gas Rumah Kaca	2
1.2.	Konsumsi Bahan Bakar pada Sub Kategori Komersial, Perkantoran dan Perumahan	4
2.1.	Proses Pembelian Konsumen Model 5 Tahap	24
2.2.	<i>Hierarchy of Effect Model</i>	31
2.3.	Rerangka Konseptual	54
4.1.	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	71
4.2.	Responden Berdasarkan Usia	72
4.3.	Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	73
4.4.	Responden Berdasarkan Jenis Penghasilan	74
4.5.	Hasil Algoritma PLS	75
4.6.	Hasil Uji Bootstrapping	85

U N I V E R S I T A S

MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I KUISIONER PENELITIAN.....	98
LAMPIRAN II TABULASI DATA.....	106
LAMPIRAN III HASIL ANALISIS PLS.....	111



U N I V E R S I T A S

MERCU BUANA