

**PENGARUH PEMASARAN HIJAU, KUALITAS PRODUK,
DAN KESADARAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK *BODY MIST* THE BODY SHOP**

(Studi Kasus Pada Pembeli *The Body Shop* di Jakarta Barat)

SKRIPSI



Nama : Ranny Sendyawati

NIM : 43116010173

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

2020

**PENGARUH PEMASARAN HIJAU, KUALITAS PRODUK,
DAN KESADARAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK *BODY MIST* THE BODY SHOP**

(Studi Kasus Pada Pembeli *The Body Shop* di Jakarta Barat)

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

Universitas Mercu Buana Jakarta



Nama : Ranny Sendyawati

NIM : 43116010173

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

2020

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ranny Sendyawati
NIM : 431160101173
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa proposal ini adalah murni karya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenakan sanksi pembatalan proposal ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan)

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 14 Oktober 2020



Ranny Sendyawati

NIM: 43116010173

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Ranny Sendyawati
NIM : 43116010173
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Pemasaran Hijau, Kualitas Produk,
dan Kesadaran Merek, terhadap Keputusan Pembelian
Body Mist The Body Shop.
Tanggal Lulus Ujian : 14 Oktober 2020

Disahkan Oleh :

Pembimbing Skripsi,

Ketua Penguji,



Dr. Yuli Harwani, MM

Dr. Mafizatun Nurhayati, SE. MM.

Tanggal :

Tanggal :

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi S1 Manajemen,



Dr. Harnoviasah, Ak., M.Si., CA.,

Dr. Daru Asih, M.Si

CIPSAS., CMA., CSRS

Tanggal :

Tanggal :

ABSTRACT

This study aims to discuss what influences influence purchasing decisions Body Mist products from The Body Shop. The independent variables obtained from the preliminary survey results are Green Marketing, Product Quality, and Brand Awareness. While the dependent variable obtained is a purchasing decision. This study uses SEM data analysis techniques and data processing using PLS. The population is residents living in West Jakarta, with a sample of 192 respondents. The sampling technique uses convenience sampling. By using a quantitative descriptive approach. The results of this study indicate that Green Marketing has a significant positive effect on purchasing decisions, Product Quality has a significant positive effect on purchasing decisions, and Brand Awareness has a significant positive effect on purchasing decisions.

Keywords: Green Marketing, Product Quality, Brand Awareness, Purchasing Decisions, Body Mist The Body Shop.



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk membahas mengenai pengaruh apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian produk *Body Mist* dari *The Body Shop*. Variabel independen yang didapatkan dari hasil survei pendahuluan adalah *Green Marketing*, Kualitas Produk, dan Kesadaran Merek. Sedangkan variabel dependen yang didapatkan adalah keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data SEM dan pengolahan data menggunakan PLS. Populasinya adalah penduduk berwilayah tinggal di Jakarta barat, dengan sampel 192 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *convenience sampling*. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Green Marketing* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, Kualitas Produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, serta Kesadaran Merek berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : *Green Marketing*, Kualitas Produk, Kesadaran Merek, Keputusan Pembelian, *Body Mist The Body Shop*.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi penelitian ini sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana di Universitas Mercu Buana Jakarta dengan judul **“Pengaruh Pemasaran Hijau, Kualitas Produk, dan Kesadaran Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Body Mist The Body Shop”**.

Peneliti 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. Yuli Harwani, MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing, memberikan ilmu, memberikan semangat yang tiada hentinya, motivasi, saran, serta waktu luang selama bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada peneliti demi terselesaikannya skripsi penelitian ini.

Selama proses penelitian dan penyusunan skripsi penelitian ini, peneliti banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, baik dari segi bimbingan, saran, maupun dorongan moril serta materil sehingga proposal penelitian ini dapat diselesaikan dengan tepat waktu. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini peneliti ucapkan Alhamdulillah atas kekuatan Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah mencurahkan anugerah-Nya dan dengan segala kerendahan hati peneliti

ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan proposal skripsi ini terutama kepada :

1. Prof. Dr. Ngadino Surip, Ms selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Dr. Daru Asih, M.Si selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen.
4. Seluruh dosen yang telah banyak memberikan segenap ilmu pengetahuan yang bermanfaat dan tidak terbatas kepada penulis.
5. Kedua orangtua tercinta Bapak Anton Sugiarto dan Ibu Juariah motivasi terbesar yang selalu memberikan doa, dorongan inspirasi dan pengertian yang tak ternilai harganya serta semua dukungan baik moril maupun materil.
6. Teman seperjuangan yang selalu membantu, memberikan semangat, motivasi, dan bertukar pikiran.
7. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah banyak memberikan segenap ilmu pengetahuan yang bermanfaat dan tidak terbatas kepada peneliti.
8. Pihak-pihak lain yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

Dengan kerendahan hati, penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena nya, mohon saran yang membangun dari segenap pembaca, sehingga diharapkan demi perbaikan penelitian dimasa yang akan datang. Semoga penelitian ini bermanfaat dan dapat menambah

pengetahuan khususnya bagi peneliti dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, peneliti mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam penelitian ini.

Jakarta, 14 Oktober 2020

Ranny Sendyawati



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian	7
D. Kontribusi Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN	
HIPOTESIS	9
A. Kajian Pustaka	9
1. Pemasaran	9
2. Perilaku Konsumen	10
3. <i>Green Marketing</i> / Pemasaran Hijau	12
4. Kesadaran Merek/ <i>Brand Awareness</i>	18
5. Kualitas Produk	20
6. Keputusan Pembelian Konsumen	23
B. Penelitian Terdahulu	27
C. Rerangka Konseptual dan Pengembangan Hipotesis	29
BAB III METODE PENELITIAN	33
A. Waktu dan Tepat Penelitian	33
B. Desain Penelitian	33
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	34
1. Definisi Variabel	34

2. Definisi Operasionalisasi Variabel	36
D. Skala Pengukuran Variabel	37
E. Populasi dan Sampel Penelitian	39
1. Populasi Penelitian	39
2. Sampel Penelitian	39
F. Metode Pengumpulan Data	40
G. Metode Analisis Data	41
1. Analisis <i>Partial Least Square</i>	41
2. Langkah-langkah Pengujian Analisis PLS	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	46
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	46
B. Statistik Deskriptif	47
C. Hasil Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS)	52
1. Evaluasi Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	53
2. Pengujian Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	62
D. Pembahasan Hasil Penelitian	65
1. Pengaruh Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian	65
2. Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian	67
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	69
A. Kesimpulan	69
B. Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN	75

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Data Kenaikan Pasar Kosmetik	3
1.2	Top Brand Kosmetik Body Mist the Body Shop Periode 2016-2018	4
1.3	Data Pra Survei	5
2.1	Penelitian Terdahulu	27
3.1	Operasionalisasi Variabel	36
3.2	Instrumen Skala Likert	38
4.1	Jenis Kelamin Responden	46
4.2	Usia Responden	47
4.3	Pekerjaan Responden	47
4.4	Pengeluaran Responden	48
4.5	Deskripsi Jawaban Responden Variabel <i>Green Marketing</i>	49
4.6	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk	50
4.7	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kesadaran Merk	51
4.8	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	52
4.9	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Sebelum Modifikasi) ..	54
4.10	Hasil Uji <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	55
4.11	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Setelah Modifikasi)	56
4.12	Hasil Uji <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> (Modifikasi) ...	58
4.13	Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i>	59
4.14	Hasil Uji <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> (Modifikasi) ...	60
4.15	Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Fornell Larcker Critetion)</i> ..	60
4.16	Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's</i> <i>Alpha</i>	62
4.17	Hasil Uji Nilai <i>R-Square (R²)</i>	63
4.18	Hasil Pengujian Hipotesis (<i>Bootstrapping</i>)	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Model Perilaku Konsumen	11
2.2	Rerangka Pemikiran	31
4.1	Hasil Algoritma PLS	54
4.2	Hasil Algoritma PLS (Setelah Modifikasi)	56
4.3	Hasil Uji <i>Bootstrapping</i>	65



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1.	Kuisisioner	74
2.	Hasil Kuisisioner	78
3.	Hasil <i>Output</i> SPSS 23	83
4.	Hasil <i>Output</i> PLS	87

