

**PENGARUH PRODUK HIJAU, HARGA, DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

**(Studi Kasus Pada Pengguna Produk The Body Shop)**

**SKRIPSI**



**Nama : Gita Hairin Ramona**

**NIM : 43117010150**

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

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

**2021**

**PENGARUH PRODUK HIJAU, HARGA, DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(Studi Kasus Pada Pengguna Produk The Body Shop)**

**SKRIPSI**

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

**Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta**



**Nama : Gita Hairin Ramona**

**NIM : 43117010150**

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

**2021**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Gita Hairin Ramona

NIM : 43117010150

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi 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 skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 01 September 2021

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



Gita Hairin Ramona

NIM : 43117010150

## LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Gita Hairin Ramona  
NIM : 43117010150  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Produk Hijau, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pengguna Produk The Body Shop)  
Tanggal Sidang : 01 September 2021

Disahkan oleh :

Pembimbing



Prof. Dr. Ir. Arissetyanto Nugroho, MM., IPU., CMA., MSS

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

A handwritten signature in black ink.

A handwritten signature in black ink.

Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si

Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

LPTA 09210399



Please Scan QRCode to Verify

## ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Produk Hijau, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada produk The Body Shop. Subjek penelitian ini adalah konsumen yang melakukan perawatan menggunakan produk The Body Shop. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 155 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan *convenience sampling*. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Analisis data yang digunakan adalah analisis statistik dalam bentuk SEM-PLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Produk Hijau berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Harga berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Kualitas Produk berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata kunci : Produk Hijau, Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian, The Body Shop.



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## **ABSTRACT**

*This study is to determine the effect of Green Products, Price, and Product Quality on Purchase Decisions on The Body Shop products. The subjects of this research are consumers who undertake treatment using The Body Shop products. The sample used in this study was 155 respondents. The sampling technique used was convenience sampling. With using a quantitative approach, analysis of the data used is statistical analysis of SEM-PLS. The results of this study indicate that Green Products have a significant positive effect on Purchase Decisions. Price has a significant positive effect on Purchase Decisions. Product Quality has a significant positive effect on purchasing decisions.*

*Keywords: Green Product, Price, Product Quality, Purchase Decision, The Body Shop*



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

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 Produk Hijau, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pengguna Produk 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 Prof. Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, M.M., IPU., CMA., MSS 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 skripsi 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 skripsi ini terutama kepada:

1. Prof. Dr. Ngadino Surip, Ms selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Dr. Erna Sofriana Imaningsih., M.Si Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana
3. Dr. H. Sonny Indrajaya, MM selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana
4. Prof. Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, M.M., IPU., CMA., MSS selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing, memberikan ilmu, memberikan semangat yang tiada hentinya.
5. Dr. Yanto Ramli, MM dan Dr. Yuli Harwani, MM selaku ketua dan dosen penguji yang telah memberikan saran dan dukungan kepada peneliti.
6. Kedua orangtua tercinta Bapak Hari Subagio dan Ibu Sukesi sebagai motivator terbesar yang selalu memberikan doa, dorongan inspirasi dan pengertian yang tak ternilai harganya serta semua dukungan baik moril maupun materil.
7. Teman-teman seperjuangan angkatan jurusan Manajemen Carinih, Dinta Kharismawati, Seni Barokah, Septiani Ayu Rustendi, Wita Nurmaida yang selalu menjadi keluarga dekat selama di Universitas Mercu Buana.
8. Teman dan Sahabat tercinta Nur Hikmah Fitriani, Anisa Yuniarti, Nurmaini Lestari. Terima kasih yang telah memberikan semangat, motivasi, dan doa.



9. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah banyak memberikan segenap ilmu pengetahuan yang bermanfaat dan tidak terbatas kepada peneliti.
10. 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 karenanya, 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, peneliti mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam penelitian ini.

Jakarta, 01 September 2021

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



Gita Hairin Ramona

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</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 .....	1
B. Rumusan Masalah.....	12
C. Tujuan Penelitian .....	12
D. Kontribusi Penelitian .....	13
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKAN DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....</b>	<b>14</b>
A. Kajian Pustaka .....	14
1. Pengertian Manajemen Pemasaran .....	14
2. Produk Hijau ( <i>Green Product</i> ).....	19
3. Harga.....	23
4. Kualitas Produk.....	27
5. Keputusan Pembelian.....	30
6. Penelitian Terdahulu .....	36
7. Hubungan Antar Variabel .....	39
B. Rerangka Pemikiran.....	40
C. Hipotesis .....	41
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>42</b>
A. Waktu dan Tempat Penelitian .....	42
B. Desain Penelitian .....	42
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	43
1. Definisi Variabel .....	43

2. Operasionalisasi Variabel .....	45
D. Skala Pengukuran Variabel .....	47
E. Populasi dan Sampel Penelitian .....	49
1. Populasi Penelitian .....	49
2. Sampel Penelitian .....	49
F. Metode Pengumpulan Data .....	50
G. Metode Analisis Data .....	51
1. IBM SPSS <i>Statistic 23</i> .....	51
2. Uji Instrumen .....	52
3. <i>Partial Least Square</i> (PLS) .....	52
4. Langkah-langkah pengujian Analisis PLS .....	53
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>57</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	57
B. Statistik Deskriptif .....	58
1. Deskripsi Responden .....	59
2. Deskripsi Variabel .....	63
C. Hasil Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS) .....	67
1. Evaluasi Uji Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	67
2. Pengujian Uji Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	76
D. Pembahasan Hasil Penelitian .....	80
1. Pengaruh Produk Hijau terhadap Keputusan Pembelian .....	80
2. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian .....	80
3. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian .....	81
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>82</b>
A. Kesimpulan .....	82
B. Saran .....	83
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>86</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>91</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1. 1	Tingkat Penjualan Produk Kosmetik di Indonesia 2016-2017 .....	4
1. 2	Perusahaan Kosmetik yang Memproduksi <i>Green Product</i> Kosmetik .....	5
1. 3	Data Hasil Pra Survey.....	10
2. 1	Penelitian Terdahulu.....	36
3. 1	Definisi Operasional Variabel .....	46
3. 2	Instrumen Skala Likert .....	48
4. 1	Jenis Kelamin Responden.....	59
4. 2	Usia Responden .....	59
4. 3	Wilayah Tinggal Responden .....	60
4. 4	Pekerjaan Responden.....	61
4. 5	Pendapatan Responden .....	62
4. 6	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Produk Hijau .....	63
4. 7	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Harga.....	64
4. 8	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk.....	65
4. 9	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian.....	66
4. 10	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> .....	69
4. 11	Hasil Pengujian dengan <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi).....	71
4. 12	Hasil Uji <i>Average Variance Extracted</i> (AVE) .....	72
4. 13	Hasil Uji <i>Average Variance Extracted</i> (AVE) (Modifikasi).....	72
4. 14	Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> ( <i>Cross Loading</i> ).....	73
4. 15	Hasil Uji <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	74
4. 16	Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> ( <i>Fornell Larcker Critetion</i> ) .....	75
4. 17	Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i> .....	76
4. 18	Hasil Uji Nilai <i>R-Square</i> ( $R^2$ ) .....	77
4. 19	Hasil Pengujian Hipotesis ( <i>Bootstrapping</i> ) .....	79

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1. 1	Komposisi Sampah di Indonesia 2018.....	1
2. 1	Model Rerangka Konseptual Penelitian.....	40
4. 1	Hasil Uji Algoritma PLS .....	68
4. 2	Hasil Uji Algoritma PLS (Modifikasi).....	70
4. 3	Hasil Uji <i>Bootstrapping</i> .....	79



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner Penelitian .....	91
2	Hasil Kuesioner .....	95
3	Hasil <i>Output</i> SPSS 23 .....	101
4	Hasil Uji Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	104
5	Hasil Uji Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	109



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA