

**ANALISA PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE*
DAN *GREEN ADVERTISING* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN TUPPERWARE
(Studi Pada Pengguna Tupperware di DKI Jakarta)**

SKRIPSI



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Nama : Wita Nurmaida

NIM : 43117010088

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

2021

**ANALISA PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE*,
DAN *GREEN ADVERTISING* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN TUPPERWARE**

(Studi Pada Pengguna Tupperware di DKI Jakarta)

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 : Wita Nurmaida

NIM : 43117010088

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

2021

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Wita Nurmaida

NIM : 43117010088

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, 2 September 2021



Wita Nurmaida

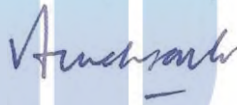
NIM : 43117010088

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Wita Nurmaida
NIM : 43117010088
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Analisa Pengaruh Kualitas Produk, *Brand Image* dan *Green Advertising* Terhadap Keputusan Pembelian Tupperware (Studi Pada Pengguna Tupperware di DKI Jakarta)
Tanggal Sidang : 2 September 2021

Disahkan oleh :

Pembimbing



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

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.



Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

LPTA 09210380



Please Scan QRCode to Verify

ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, *Brand Image*, dan *Green Advertising* terhadap Keputusan Pembelian pada Tupperware . Subjek penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan produk Tupperware sebagai wadah menyimpan makanan dan minuman. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 150 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 Kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian. *Brand Image* berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian dan *Green Advertising* berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata kunci : Kualitas Produk, *Brand Image*, *Green Advertising*, Keputusan Pembelian Tupperware



ABSTRACT

This study is to determine the effect of Product Quality, Brand Image, and Green Advertising on Tupperware Purchase Decisions. The subjects of this research are consumers who use Tupperware products as containers for storing food and beverages. The sample used in this study was 150 respondents. The sampling technique used was convenience sampling, with using a quantitative approach. The data analysis used is statistical analysis SEM-PLS. The results of this study indicate that product quality has a significant positive effect on purchasing decisions. Brand Image has a significant positive effect on Purchase Decisions and Green Advertising has a significant positive effect on Purchase Decisions.

Keyword : Product Quality, Brand Image, Green Advertising, Purchase Decision Tupperware



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillah, segala puji syukur atas kehadiran bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi penelitian ini sebagai salah satu syarat kelulusan dalam memperoleh gelar sarjana di Universitas Mercu Buana Jakarta dengan judul **“Analisa Pengaruh Kualitas Produk, *Brand Image* dan *Green Advertising* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna Tupperware di DKI Jakarta)”**.

Peneliti menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan proposal skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Prof. Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM., IPU., CMA., MSS selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing, memberikan ilmu, memberikan semangat yang tiada hentinya, motivasi, saran, serta waktu luang selama bimbingan, pengetahuan dan nasihat-nasihat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada peneliti demi terselesaikannya proposal skripsi penelitian ini.

Selama proses penelitian dan penyusunan proposal 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. Erna Sofriana Imaningsih., SE, 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, MM., IPU., CMA., MSS selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing, memberikan ilmu, motivasi, saran dan memberikan semangat yang tiada hentinya.
5. Dr. Tafiprios, MM dan Dr. Zulfitri, MS, MM selaku ketua dan dosen penguji yang telah memberikan saran dan dukungan kepada peneliti.
6. Kedua orang tua tercinta Bapak Karya dan Ibu Lomanah motivasi terbesar yang selalu memberikan doa, dorongan inspirasi dan pengertian yang tak ternilai harganya serta semua dukungan baik moril maupun material.
7. Teman seperjuangan Septiani Ayu Rustendi, Gita Hairin Ramona, Achmad Rizki Syawalludin, Dintasari Kharismawati, Carinih, dan Seni Barokah. Terima kasih sudah memberikan semangat, motivasi, doa serta membantu dalam penyusunan proposal skripsi, semangat selalu semoga kita sukses bersama dan kita selalu dalam lindungan Allah SWT.

8. Senior Manajemen S1 Fendy Fergiawan dan Muhammad Faizal. Terima kasih sudah memberikan saran, motivasi, dan membantu dalam penyusunan proposal penelitian ini, semoga kita selalu dalam lindungan-Nya.
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 karena nya, mohon saran yang membangun dari segenap pembaca, 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 menyampaikan permohonan maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam penelitian ini.

Jakarta, 2 September 2021



Wita Nurmaida

DAFTAR ISI

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 Penelitian	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Kontribusi Penelitian.....	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	13
A. Kajian Pustaka.....	13
1. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	13
2. Kualitas Produk.....	16
3. <i>Brand Image</i>	20
4. <i>Green Advertising</i>	22
5. Keputusan Pembelian	24
6. Penelitian Terdahulu.....	29
7. Pengembangan Hipotesis	33
B. Kerangka Pemikiran.....	35
C. Hipotesis.....	36
BAB III METODE PENELITIAN	37
A. Waktu dan Tempat Penelitian	37
B. Desain Penelitian.....	37

C.	Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	38
1.	Definisi Variabel	38
2.	Operasionalisasi Variabel.....	40
D.	Skala Pengukuran Variabel.....	42
E.	Populasi dan Sampel Penelitian	43
1.	Populasi Penelitian	43
2.	Sampel Penelitian	44
F.	Metode Pengumpulan Data.....	45
G.	Metode Analisis Data.....	46
1.	IBM SPSS <i>Statistic 23</i>	46
2.	Uji Instrumen.....	47
3.	Analisis <i>Partial Least Square</i>	48
4.	Langkah – langkah Pengujian Analisis PLS	49
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	53
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	53
B.	Statistik Deskriptif	54
1.	Deskripsi Responden.....	54
2.	Deskripsi Variabel.....	58
C.	Hasil Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	62
1.	Evaluasi Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	62
2.	Pengujian Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	72
D.	Pembahasan Hasil Penelitian	75
1.	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	75
2.	Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian	76
3.	Pengaruh <i>Green Advertising</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	76
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	78
A.	Kesimpulan	78
B.	Saran.....	79
	DAFTAR PUSTAKA	81
	LAMPIRAN.....	85

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1. 1	Top Brand Produk Plastik Dari Tahun 2017-2020	6
1. 2	Data Pra <i>Survey</i> Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	9
2. 1	Penelitian Terdahulu	29
3. 1	Definisi Operasionalisasi Variabel.....	40
3. 2	Instrumen Skala <i>Likert</i>	43
4. 1	Jenis Kelamin Responden	54
4. 2	Usia Responden.....	55
4. 3	Wilayah Tinggal Responden	56
4. 4	Pekerjaan Reponden.....	56
4. 5	Pengeluaran Pendapatan per Bulan.....	57
4. 6	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk	58
4. 7	Deskripsi Jawaban Responden Variabel <i>Brand Image</i>	59
4. 8	Deskripsi Jawaban Responden Variabel <i>Green Advertising</i>	60
4. 9	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	61
4. 10	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	64
4. 11	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi).....	66
4. 12	Hasil Uji <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	68
4. 13	Hasil Uji <i>Average Variance Extracted</i> (AVE) (Modifikasi).....	68
4. 14	Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> (<i>Cross Loading</i>)	69
4. 15	Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> (<i>Fornell Larcker Criterion</i>)	70
4. 16	Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	72
4. 17	Hasil Uji Nilai <i>R-Square</i> (R^2).....	73
4. 18	Hasil Penguji Hipotesis (<i>Bootstrapping</i>)	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1. 1	Lima Negara Penyumbang Terbesar Sampah Plastik ke Lautan.....	2
1. 2	Komposisi Sampah Indonesia Tahun 2018	4
2. 1	Tahap Pembelian Konsumen	24
2. 2	Model Rerangka Konseptual Penelitian	35
4. 1	Hasil Uji Algoritma PLS	63
4. 2	Hasil Uji Algoritma PLS (Modifikasi)	66
4. 3	Hasil Uji <i>Bootstrapping</i>	74
4. 4	Hasil Uji <i>Bootstrapping</i> (Uji T-Statistics).....	77



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner Penelitian	85
2	Hasil Kuesioner.....	89
3	Hasil <i>Output</i> SPSS 23	95
4	Hasil Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	98
5	Hasil Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	103



UNIVERSITAS
MERCU BUANA