

**PENGARUH *GREEN PRODUCT*, *GREEN PRICE* DAN
BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MINUMAN KEMASAN TEH KOTAK**

PROPOSAL



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Nama: Ina Kuntari

NIM : 43118120205

UNIVERSITAS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
MERCU BUANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCUBUANA

JAKARTA

2022

**PENGARUH *GREEN PRODUCT*, *GREEN PRICE* DAN
BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MINUMAN KEMASAN TEH KOTAK
(Studi Pada Produk Teh Kotak)**

Skripsi Diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar sarjana
Ekonomi pada Fakultas dan Bisnis program Manajemen Universitas Mercubuana
Jakarta



Nama: Ina Kuntari

NIM : 43118120205

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCUBUANA**

JAKARTA

2022

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Ina Kuntari
NIM : 43118120205
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH GREEN PRODUCT, GREEN PRICE DAN BRAND
IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN
KEMASAN TEH KOTAK
Tanggal Sidang : 22 Juni 2023

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Yanto Ramli, M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dudi Permana, Ph.D

LPTA 07232565



Please Scan QRCode to Verify

SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ina Kuntari
NIM : 43118120205
Program Studi : Manajemen SI

Menyatakan bahwa proposal 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 dikenakan sanksi pembatalan proposal skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (Penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 22 Juni 2023



Ina Kuntari

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Green Product*, *Green Price* dan *Brand Image* terhadap keputusan pembelian Teh Kotak. Desain penelitian menggunakan metode kuantitatif. Alat pengumpulan data menggunakan kuisisioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya yang disebarakan melalui googleform. Populasi yang dianalisis pada penelitian ini adalah konsumen yang telah mengetahui produk teh dengan kemasan *ready to drink*. Adapun jumlah sampel yang dianalisis sebanyak 193 konsumen. Analisis data dilakukan dengan menggunakan Smart-PLS (*Partial Least Square*), dengan instrumen penelitian adalah kuesioner. Variabel yang diteliti dalam penelitian yaitu green product (X1), green price (X2) dan brand image (X3) dan keputusan pembelian (Y). Hasil penelitian menunjukkan bahwa green product berpengaruh terhadap keputusan pembelian, green price berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan brand image berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: *Green Product*, *Green Price*, *Brand Image*, Keputusan pembelian.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of Green Product, Green Price and Brand Image on purchasing decisions for Teh Kotak. The research design uses quantitative methods. The data collection tool uses a questionnaire that has been tested for validity and reliability which is distributed via googleform. The population analyzed in this study were consumers who already knew tea products with ready to drink packaging. The number of samples analyzed was 193 consumers. Data analysis was carried out using Smart-PLS (Partial Least Square), with the research instrument being a questionnaire. The variables examined in the study were green product (X1), green price (X2) and brand image (X3) and purchasing decisions (Y). The results showed that green product affects purchasing decisions, green price affects purchasing decisions and brand image affects purchasing decisions.

Keywords: Green Product, Green Price, Brand Image, Purchasing decisions.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur atas kehadiran Allah SWT, atas berkah dan limpahan rahmat-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan judul **“PENGARUH *GREEN PRODUCT, GREEN PRICE* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP PEMBELIAN TEH KOTAK”**. Proposal Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana. Tidak sedikit kendala serta rintangan yang harus dihadapi oleh peneliti selama masa penyusunan proposal skripsi ini, namun dengan dukungan dari berbagai pihak, baik secara dukungan materil, maupun secara dukungan non-materil, sehingga penelitian proposal skripsi ini dapat diselesaikan tepat waktu. Atas dukungan yang membuat peneliti dapat terus bersemangat dalam menulis proposal skripsi ini, pribadi diri peneliti ingin berterima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada :

1. Bapak Dr. Yanto Ramli, MM selaku Dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya dan memberikan saran kepada penulis sehingga proposal ini dapat selesai waktu.
2. Bapak Prof Dr. Andi Adriansyah, M. Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dudi Permana, Ph.D. selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.

5. Bapak Herry Derajad Wijaya, S.kom,MM Selaku dosen metodologi penelitian sekaligus pembimbing skripsi.
 6. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
 7. Kedua Orang Tua, Kakak, Adik,Suami dan sahabat yang sangat penulis cintai dan sayangi yang juga telah membesarkan dan mendidik serta memberi dukungan dan doa yang tiada hentinya kepada penulis.
 8. Terakhir kepada pembaca yang menyempatkan membaca tulisan ini
- Terlepas dari segala usaha yang telah dilakukan peneliti dalam penyelesaian proposal ini, peneliti menyadari bahwa tidak luput dari kesalahan dan masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan segala bentuk saran dan kritik yang membangun agar mampu meningkatkan kualitas proposal skripsi ini. Akhir kata, peneliti berharap semoga penelitian ini bermanfaat bagi pembaca dan seluruh pihak yang membutuhkan.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 22 Juni 2023

Ina Kuntari

DAFTAR ISI

SKRIPSI	ii
LAMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian	14
1.4 Kontribusi Penelitian	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	16
A. Kajian Pustaka.....	16
1. Manajemen Pemasaran.....	16
2. Keputusan Pembelian	17
3. <i>Green Product</i>	20
4. <i>Green Price</i>	21

5. <i>Brand Image</i>	23
B. Penelitian Terdahulu	26
C. Pengembangan Hipotesis	32
D. Kerangka Pemikiran.....	34
BAB III METODE PENELITIAN.....	36
A. Waktu dan Tempat	36
B. Definisi dan Operasional Variable	36
C. Skala Pengukuran Variable	40
D. Populasi dan Sampel Peneltian	41
E. Teknik Pengumpulan Data.....	43
F. Metode Analisis Data.....	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	50
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	50
B. Analisis Deskriptif	51
1. Deskripsi Responden.....	51
2. Deskriptif Jawaban Responden.....	55
C. Analisis Data.....	61
1. Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	61
2. Pengujian Model Struktural / Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>).....	70
D. Pembahasan Hasil Penelitian	74
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	76
A. Simpulan	76
B. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	79
Lampiran.....	83

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 produksi Teh Menurut provinsi Indonesia	2
Tabel 1.2 Data pertumbuhan konsumen teh kemasan	4
Tabel 1.3 Top Brand Index kategori Teh dalam kemasan (2015-2022)	8
Tabel 1.4 Identifikasi Variable yang berpengaruh keputusan pembelian.....	9
Tabel 1.5 Tabel Pra survey	12
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3.1 Operasional Variable.....	38
Tabel 3.2 Instrumen Skala Likert	41
Tabel 4.1 Profil Responden pertanyaan saringan	52
Tabel 4.2 Profil responden berdasarkan jenis kelamin.....	53
Tabel 4.3 Profil Responden berdasarkan Usia	53
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan pendidikan	54
Tabel 4.5 Profil Responden berdasarkan Per bulan.....	55
Tabel 4.6 Deskriptif Green product.....	56
Tabel 4.7 Deskripsif Green price	57
Tabel 4.8 Deskripsif Brand Image	58
Tabel 4.9 Deskripsif Keputusan pembelian.....	60
Tabel 4.10 Hasil pengujian convergent validity	62
Tabel 4.11 Hasil pengujian convergent validity setelah modifikasi.....	65
Tabel 4.12 Hasil pengujian convergent validity (cross loadings)	67
Tabel 4.13 Hasil pengujian AVE	69
Tabel 4.14 Hasil pengujian Composite Reliability dan cronbach's Alpha...	70
Tabel 4.15 Hasil pengujian R-square	71
Tabel 4.16 Hasil pengujian hipotesis	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Produksi Teh nasional	3
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	34
Gambar 4.1 Hasil Algoritma PLS	64
Gambar 4.2 Hasil Algoritma PLS setelah modifikasi	66
Gambar 4.3 Hasil uji Bootstrapping	73



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	83
---------------------------	----



UNIVERSITAS
MERCU BUANA