

**PENGARUH CITRA MEREK, PEMASARAN HIJAU, DAN
KESADARAN LINGKUNGAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN HIJAU PADA PEMBELI
SEPATU ADIDAS DI INDONESIA**

SKRIPSI



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
TERAKREDITASI - A

Nama : Chairiwanisa Firdaus
NIM : 43120010463

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2024

**PENGARUH CITRA MEREK, PEMASARAN HIJAU, DAN
KESADARAN LINGKUNGAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN HIJAU PADA PEMBELI
SEPATU ADIDAS DI INDONESIA**

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 : Chairiwanisa Firdaus
NIM : 43120010463

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2024**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Chairiwanisa Firdaus

NIM : 43120010463

Program Studi : S-1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini merupakan murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya akan mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 02 September 2024



Chairiwanisa Firdaus

NIM : 43120010463

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Chairiwanisa Firdaus
NIM : 43120010463
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH CITRA MEREK, PEMASARAN HIJAU DAN KESADARAN LINGKUNGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HIJAU PADA SEPATU ADIDAS DI INDONESIA
Tanggal Sidang : 26 Agustus 2024

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

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LPTA 04244362



Scan QR or [click here](#) to
Verification

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Citra Merek, Pemasaran Hijau, dan Kesadaran Lingkungan terhadap Keputusan Pembelian Hijau produk sepatu Adidas di Indonesia. Populasi dalam penelitian ini dari konsumen yang mengetahui dan telah membeli produk sepatu Adidas minimal 1 kali. sampel yang digunakan adalah 155 masyarakat Indonesia usia 18-30 tahun dan dihitung menurut rumus Hair. Metode penarikan sampel menggunakan *Purposive Sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan metode survey, dengan instrumen penelitian adalah kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah *Partial Least Square*. Penelitian ini membuktikan bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian hijau. Pemasaran hijau berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian hijau. Kesadaran lingkungan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian hijau.

Kata kunci : Citra Merek, Pemasaran Hijau, Kesadaran Lingkungan, Keputusan Pembelian Hijau



ABSTRACT

This study aims to analyze brand image, green marketing, and environmental awareness on green purchasing decisions for Adidas shoes. The population in this study consists of consumers who know and have bought Adidas shoes at least once. the sample used was 155 Indonesian people aged 18-30 years and calculated according to the Hair formula. Sampling method using Purposive Sampling. The data collection method uses a survey method, with the research instrument being a questionnaire. The data analysis method used is Partial Least Square. This study proves that brand image has a positive and significant effect on green purchasing decisions. Green marketing has a significant effect on green purchasing decisions. Environmental awareness has a significant effect on green purchasing decisions.

Keywords: *Brand Image, Green Marketing, Environmental Awareness, Green Purchase Decision*



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan Rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Pemasaran Hijau, dan Kesadaran Lingkungan terhadap Keputusan Pembelian Hijau produk sepatu Adidas di Indonesia”. Proposal skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh nilai mata kuliah Metodologi Penelitian Pemasaran dan melanjutkan pada tahap skripsi pada program studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan proposal skripsi ini Alhamdulillah tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan proposal skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Andi Adriansyah, M., Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, Ph.D., selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dr. Yanto Ramli, M.M, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini.
5. Daru Asih, Dr., M.Si, selaku dosen Metodologi Penelitian Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
6. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
7. Seluruh teman-teman Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana Angkatan 2020 yang tidak bisa saya sebutkan satu demi satu.
8. Teristimewa untuk kedua orang tua saya, yaitu khusus nya ibu saya tercinta Almarhumah Ibu Siti Nuriyah yang selalu ada setiap saat dari kecil hingga

dewasa, memberikan kasih sayang dan dukungan doa kepada saya dalam menyusun skripsi. Serta ayah saya Bapak Yasir Firdaus yang memberikan dukungan dan doa kepada saya dalam penyusunan proposal skripsi ini.

9. Semua pihak yang telah membantu kelancaran penulisan proposal skripsi yang tidak bisa saya sebutkan satu demi satu.

10. Dan diri saya sendiri yang mau dan mampu bertahan, berjuang, berusaha sekuat yang saya bisa, tidak menyerah walau banyak rasa dan godaan yang datang untuk berhenti. Terima kasih karena sudah mau untuk tetap kuat.

Demikian pengantar dalam penelitian ini, akhir kata peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, untuk itu peneliti mohon maaf sebesar-besarnya apabila terdapat kekeliruan ataupun kesalahan dalam penelitian proposal penelitian skripsi ini. Besar harapan peneliti agar penelitian ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan pihak-pihak lainnya

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam proposal skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, Juni 2023

Chairiwanisa Firdaus

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| HALAMAN PERNYATAAN | ii |
| LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI | iii |
| ABSTRAK | iv |
| <i>ABSTRACT</i> | v |
| KATA PENGANTAR | vi |
| DAFTAR ISI..... | viii |
| DAFTAR TABEL..... | xi |
| DAFTAR GAMBAR | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xiii |
| BAB I..... | 1 |
| PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang..... | 1 |
| B. Rumusan Masalah..... | 19 |
| C. Tujuan Penelitian | 20 |
| D. Kontribusi Penelitian | 20 |
| BAB II..... | 21 |
| KAJIAN PUSTAKA..... | 21 |
| A. Kajian Pustaka | 21 |
| 1. Manajemen pemasaran | 21 |
| 2. Keputusan Pembelian Hijau..... | 23 |
| 3. Citra Merek | 28 |
| 4. Pemasaran Hijau | 31 |
| 5. Kesadaran Lingkungan | 34 |
| B. Pengembangan Hipotesis..... | 41 |
| 1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan pembelian Hijau | 41 |
| 2. Pengaruh Pemasaran Hijau Terhadap Keputusan Pembelian Hijau | 42 |
| 3. Pengaruh Kesadaran Lingkungan Terhadap Keputusan Pembelian Hijau | 42 |

| | |
|--|----|
| 4. Kerangka Pemikiran | 43 |
| BAB III | 45 |
| METODE PENELITIAN..... | 45 |
| A. Waktu dan Tempat Penelitian..... | 45 |
| B. Desain Penelitian | 45 |
| C. Definisi dan Operasionalisasi variable | 46 |
| 1. Definisi Variabel..... | 46 |
| 2. Operasional Variabel | 49 |
| D. Skala Pengukuran Variabel..... | 52 |
| E. Populasi dan Sampel..... | 53 |
| 1. Populasi Penelitian..... | 53 |
| 2. Sampel Penelitian | 54 |
| F. Metode Pengumpulan Data..... | 55 |
| G. Metode Analisis Data | 56 |
| 1. Analisis Partial Least Square | 56 |
| 2. Langkah-langkah Uji Analisis PLS | 57 |
| BAB IV | 61 |
| HASIL DAN PEMBAHASAN..... | 61 |
| A. Gambaran Umum Perusahaan | 61 |
| B. Analisis Deskriptif..... | 62 |
| 1. Karakteristik Responden..... | 62 |
| 2. Deskriptif Jawaban Responden..... | 65 |
| C. Hasil Uji Kualitas Data | 70 |
| 1. Evaluasi <i>Measurement (outer)</i> Model | 70 |
| 2. Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>)..... | 78 |
| D. Pembahasan Hasil Penelitian..... | 82 |
| BAB V..... | 85 |
| KESIMPULAN DAN SARAN..... | 85 |
| A. Kesimpulan..... | 85 |
| B. Saran | 86 |

| | |
|----------------------|----|
| DAFTAR PUSTAKA | 88 |
| LAMPIRAN..... | 93 |



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 1. 1 Jumlah penduduk Indonesia..... | 2 |
| Tabel 1.2 Kesadaran dan Pembelian Produk Ramah Lingkungan oleh Konsumen Indonesia..... | 11 |
| Tabel 1. 3 Top Brand Index Sepatu Olahraga di Indonesia | 12 |
| Tabel 1. 4 Hasil Pra-Survey | 15 |
| Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu | 37 |
| Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel..... | 50 |
| Tabel 3. 2 Bentuk Skala | 53 |
| Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 62 |
| Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... | 63 |
| Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan | 63 |
| Tabel 4. 4 Penghasilan Responden..... | 64 |
| Tabel 4. 5 Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Keputusan Pembelian | 65 |
| Tabel 4. 6 Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel Pemasaran Hijau | 67 |
| Tabel 4. 7 Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel Kesadaran Lingkungan..... | 68 |
| Tabel 4. 8 Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Citra Merek..... | 69 |
| Tabel 4. 9 Hasil pengujian Convergent Validity | 71 |
| Tabel 4. 10 Hasil pengujian Convergent Validity (modifikasi) | 73 |
| Tabel 4. 11 Hasil Pengujian Discriminant Validity (Cross loadings) | 75 |
| Tabel 4. 12 Hasil Pengujian AVE | 77 |
| Tabel 4. 13 Hasil Pengujian Discriminant Validity (Fornell Lacker Criterium) .. | 77 |
| Tabel 4. 14 Hasil Pengujian Composite Reliability & Cronbach's Alpha..... | 78 |
| Tabel 4. 15 Nilai R ² Variabel Endogen | 79 |
| Tabel 4. 16 Hasil Pengujian Hipotesis | 81 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1.1 Komposisi sampah di Indonesia..... | 3 |
| Gambar 1.2 Data negara penyumbang sampah plastik di laut..... | 4 |
| Gambar 1.3 Primegreen | 6 |
| Gambar 1.4 Sol Sepatu Daur Ulang Adidas | 7 |
| Gambar 1.5 Bahan yang digunakan pada produk Adidas | 9 |
| Gambar 1.6 Sepatu Ultraboost 21 | 10 |
| Gambar 1.7 Merek Sneakers Paling Disukai Masyarakat Indonesia | 13 |
| Gambar 4.1 Hasil Algorithma PLS | 72 |
| Gambar 4.2 Hasil Algorithma PLS (Modifikasi)..... | 74 |
| Gambar 4.2 Hasil Uji Bootstrapping..... | 81 |



DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|------------------------------------|-----|
| Lampiran 1: Kuesioner..... | 93 |
| Lampiran 2 : Hasil Kuesioner | 99 |
| Lampiran 3 : Hasil Output PLS..... | 115 |

