

ABSTRAK

Maraknya pemasaran hijau atau *green marketing* menjadi isu penting bagi setiap negara. *Green marketing* merupakan upaya yang dilakukan perusahaan untuk menyediakan produk yang ramah lingkungan bagi konsumen. Perusahaan harus dapat bersaing untuk menarik perhatian konsumen agar konsumen *aware* terhadap produk ramah lingkungan dan mengurangi isu *global warming*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh baik secara simultan maupun parsial *green marketing* (*product, price, place* dan *promotion*) terhadap keputusan pembelian produk Unilever. Variabel yang digunakan adalah *product, price, place, promotion* sebagai variabel independen dan keputusan pembelian sebagai variabel dependen. Hasil yang diperoleh adalah secara parsial *price* dan *place* berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 8.94% dan 41.73% sedangkan *product* dan *promotion* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Secara simultan, terdapat pengaruh *product, price, place* dan *promotion* terhadap keputusan pembelian sebesar 43.60%.

Kata kunci: Produk, Harga, Tempat, Promosi dan Keputusan Pembelian



ABSTRACT

The rise of green marketing or green marketing is a critical issue for every country. Green marketing is an effort by the company to provide environmentally friendly products for consumers. Companies must be competitive to attract the attention of consumers so that consumers aware of environmentally friendly products and reduce the global warming issue. This study aimed to analyze the influence of either simultaneously or partially green marketing (product, price, place and promotion) on product purchasing decisions Unilever. Variables used are product, price, place, promotion as independent variables and the purchase decision as the dependent variable. The results obtained are partially price and place an effect on purchasing decisions by 8.94% and 41.73%, while product and promotion does not affect the purchase decision. Simultaneously, there is the influence of product, price, place and promotion on purchasing decisions by 43.60%.

Keywords: Product, Price, Place, Promotion and Purchase Decision



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI.....	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR	Error! Bookmark not defined.
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Kegunaan Penelitian.....	6
BAB II.....	7
KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	7
2.1 Kajian Teori.....	7
2.1.1 Pemasaran.....	7
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	8

2.1.3	Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	9
2.1.4	<i>Green Marketing</i>	11
	2.1.4.1 Pengertian <i>Green Marketing</i>	11
	2.1.4.2 <i>Green Marketing Mix</i>	12
2.1.5	Keputusan Pembelian	15
2.2	Rerangka Teoritis	17
2.3	Rerangka Pemikiran	18
2.4	Penelitian Terdahulu	19
2.5	Pengembangan Hipotesis	21
BAB III.....		23
METODE PENELITIAN.....		23
3.1	Jenis Penelitian.....	23
3.2	Populasi dan Sampel	23
3.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	24
3.4	DOV	26
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.6	Uji Instrumen	31
	3.6.1 Uji Validitas	31
	3.6.2 Uji Reliabilitas	31
3.7	Uji Data	32
	3.7.1 Uji Normalitas	32
	3.7.2 Uji Multikolinearitas	32
	3.7.3 Uji Heteroskedastisitas	33
3.8	Metode Analysis Data	34
3.9	Uji Hipotesis Penelitian.....	35

3.9.1	Uji t (Uji Parsial)	35
3.9.2	Uji F (Uji Simultan)	35
Bab IV		36
Hasil dan Pembahasan.....		36
4.1	Hasil Penelitian	36
4.1.1	Karakteristik Responden	36
4.1.2	Tanggapan Responden tentang Variabel X1 (<i>Product</i>)	38
4.1.3	Tanggapan Responden tentang Variabel X2 (<i>Price</i>)	41
4.1.4	Tanggapan Responden tentang Variabel X3 (<i>Place</i>).....	44
4.1.5	Tanggapan Responden tentang Variabel X4 (<i>Promotion</i>).....	47
4.1.6	Tanggapan Responden tentang Variabel Y (Keputusan Pembelian).....	50
4.1.7	Hasil Uji Instrumen Penelitian (Validitas dan Reliabilitas).....	62
	4.1.7.1 Hasil Pengujian Validitas	63
	4.1.7.2 Hasil Pengujian Reliabilitas	64
4.1.8	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	65
	4.1.8.1 Hasil Uji Normalitas	65
	4.1.8.2 Hasil Uji Multikolinearitas.....	66
	4.1.8.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	68
4.1.9	Hasil Analisis Data.....	70
4.1.10	Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian	71
	4.1.10.1 Hasil Uji t (Uji Parsial)	72
	4.1.10.2 Hasil Uji F (Uji Simultan).....	74
4.2	Pembahasan.....	75

BAB V.....	77
SIMPULAN DAN SARAN	77
5.1 Simpulan	77
5.2 Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN.....	82



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Rerangka Teoritis	17
Gambar 2.2 Rerangka Pemikiran	18



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.1 Tabel DOV	26
Tabel 3.2 Tabel Skala Likert	30
Table 4.1 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
Table 4.2 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	37
Table 4.3 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	38
Table 4.4 Tabel item pernyataan <i>Product1</i>	38
Table 4.5 Tabel item pernyataan <i>Product2</i>	39
Table 4.6 Tabel item pernyataan <i>Product3</i>	40
Table 4.7 Tabel item pernyataan <i>Price1</i>	41
Table 4.8 Tabel item pernyataan <i>Price2</i>	42
Table 4.9 Tabel item pernyataan <i>Price3</i>	43
Table 4.10 Tabel item pernyataan <i>Place1</i>	44
Table 4.11 Tabel item pernyataan <i>Place2</i>	45
Table 4.12 Tabel item pernyataan <i>Place3</i>	46
Table 4.13 Tabel item pernyataan <i>Promotion1</i>	47
Table 4.14 Tabel item pernyataan <i>Promotion2</i>	48
Table 4.15 Tabel item pernyataan <i>Promotion3</i>	49
Table 4.16 Tabel item pernyataan KP1	50
Table 4.17 Tabel item pernyataan KP2	51
Table 4.18 Tabel item pernyataan KP3	52

Table 4.19 Tabel item pernyataan KP4.....	53
Table 4.20 Tabel item pernyataan KP5.....	54
Table 4.20 Tabel item pernyataan KP6.....	55
Table 4.20 Tabel item pernyataan KP7.....	56
Table 4.20 Tabel item pernyataan KP8.....	57
Table 4.20 Tabel item pernyataan KP9.....	58
Table 4.20 Tabel item pernyataan KP10.....	59
Table 4.20 Tabel item pernyataan KP11.....	60
Table 4.20 Tabel item pernyataan KP12.....	61
Table 4.21 Tabel Hasil Uji Validitas.....	63
Table 4.22 Tabel Hasil Koefisien Reliabilitas.....	64
Table 4.23 Tabel Hasil Uji Normalitas.....	66
Table 4.24 Tabel Hasil Uji Multikolinearitas.....	67
Table 4.25 Tabel Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	69
Table 4.26 Tabel <i>Coefficients</i> Regresi Linier Berganda.....	70
Table 4.27 Tabel <i>Correlations</i> Regresi Linier Berganda.....	72
Table 4.28 Tabel <i>Model Summary</i> dan <i>ANOVA</i> Regresi Linier Berganda.....	74

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Kuesioner Penelitian.....	84
Lampiran B Data Frequencies.....	87
Lampiran C Validitas.....	96
Lampiran D Reliabilitas.....	97
Lampiran E Asumsi Klasik.....	98
Lampiran F Hipotesis.....	100

