

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze the effect of products labeled green marketing on purchase decision. The research method used in this study is single regression. Data were obtained from questionnaires distributed to 80 respondents from 314 students majoring in management class of 2010 using a Likert scale. Based on the findings of this analysis provide information that products labeled green marketing contributed significantly to the purchase decision, amounting to 28,3% and the remaining 71,7% was contributed by other variables outside of the study.

Keywords: Product, Green Marketing, Purchase

ABSTRAK

Kerusakan lingkungan merupakan isu yang saat ini sangat diperhatikan oleh masyarakat. Banyak kalangan mulai khawatir akan bahaya kerusakan lingkungan sehingga masyarakat cenderung mencari produk-produk yang menurut mereka ramah lingkungan. Perusahaan juga mulai menerapkan gagasan green marketing pada produk-produk mereka. Salahsatu cara yang dilakukan perusahaan adalah menyertakan label *green marketing* pada produk-produknya. Hal ini bertujuan agar masyarakat lebih memilih produk-produk mereka karena dianggap lebih ramah bagi lingkungan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh produk berlabel green marketing terhadap keputusan pembelian Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha angkatan tahun 2010.

Jenis penelitian yang digunakan adalah riset asosiatif. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa jurusan manajemen angkatan 2010 Universitas Kristen Maranatha dengan jumlah sampel 80 orang. Pengambilan sampel digunakan dengan menggunakan rumus Slovin. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan analisis regresi linier sederhana. Regresi linier sederhana digunakan karena hanya dua variabel yaitu variabel dependen dan variabel independen.

Hasil analisis menunjukkan bahwa produk berlabel green marketing berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata-kata kunci: produk, label, green marketing, keputusan pembelian

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRACT.....	vii
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	3
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Kegunaan Penelitian.....	3
1.5 Sistematika Penelitian.....	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Pemasaran.....	6

2.1.1	Pengertian Pemasaran.....	6
2.1.2	Strategi Pemasaran.....	6
2.2	Bauran Pemasaran.....	7
2.2.1	Pengertian Bauran Pemasaran.....	7
2.2.2	Variabel-Variabel Bauran Pemasaran.....	7
2.3	Produk.....	8
2.3.1	Pengertian Produk.....	8
2.3.2	Klasifikasi Produk.....	9
2.3.3	Dimensi Kualitas Produk.....	11
2.3.4	Bauran Produk.....	13
2.3.5	Tingkatan Produk.....	13
2.3.6	Hirarki Produk.....	14
2.3.7	Siklus Hidup Produk.....	15
2.3.8	Strategi Pengembangan Produk Baru.....	16
2.4	Label.....	19
2.4.1	Pengertian Label.....	19
2.4.2	Fungsi Label.....	19
2.5	Green Marketing.....	20
2.5.1	Pengertian Green Marketing.....	20
2.5.2	Ciri-Ciri Produk Berlabel Green Marketing....	20
2.5.3	Klasifikasi Produk Berlabel Green Marketing..	20
2.6	Perilaku Pembelian Konsumen.....	21

2.6.1 Pengertian Perilaku Konsumen.....	21
2.6.2 Faktor-Faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumen.....	21
2.6.3 Hirarki Keputusan Pembelian.....	22
2.6.4 Perilaku Pascapembelian.....	24
2.7 Kepuasan Konsumen.....	25
2.7.1 Pengertian Kepuasan Konsumen.....	25
2.7.2 Cara-Cara Menumbuhkan Kepuasan Konsumen.....	25
2.7.3 Faktor-Faktor yang Dapat Menumbuhkan Kepuasan Konsumen.....	26
2.7.4 Faktor-Faktor yang Dapat Memengaruhi Kepuasan Konsumen.....	27
2.7.5 Loyalitas Konsumen.....	28
2.8 Kerangka Pemikiran.....	30
2.9 Pengembangan Hipotesis.....	31
2.10 Model Penelitian.....	31

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian.....	32
3.2 Populasi, Sampel, Teknik Sampel, dan Ukuran Sampel..	33
3.2.1 Populasi.....	33
3.2.2 Sampel.....	33
3.2.3 Kerangka Sampling.....	33

3.2.4 Teknik Sampling.....	34
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	34
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.5 Metode Analisis Data.....	37
3.5.1 Uji Validitas.....	37
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	37
3.5.3 Uji Outlier.....	37
3.5.4 Uji Normalitas.....	38
3.5.5 Uji Regresi Sederhana.....	38

BAB IV ANALISIS DATA DAN HASIL PENELITIAN

4.1 Analisis Hasil dan Pengumpulan Data.....	42
4.2 Analisis Demografi Responden.....	42
4.2.1 Jenis Kelamin.....	43
4.2.2 Usia.....	43
4.2.3 Pekerjaan.....	44
4.2.4 Penghasilan.....	44
4.3 Analisis Hasil Kuesioner Penelitian mengenai Produk Berlabel <i>Green Marketing</i>	45
4.4 Analisis Hasil Kuesioner Penelitian mengenai Keputusan Pembelian.....	56
4.5 Analisis Hasil Pengujian Instrumen Penelitian.....	68
4.5.1 Analisis Hasil Pengujian Validitas.....	68
4.5.2 Analisis Hasil Pengujian Reliabilitas.....	72

4.6 Analisis Hasil Pengujian Data Penelitian.....	74
4.6.1 Hasil Pengujian Normalitas.....	74
4.6.2 Hasil Pengujian Outliers.....	74
4.7 Hasil Pengujian Hipotesis.....	76

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	77
5.2 Saran.....	77

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1.....	41
Tabel 4.2.....	43
Tabel 4.3.....	43
Tabel 4.4.....	43
Tabel 4.5.....	43
Tabel 4.6.....	44
Tabel 4.7.....	44
Tabel 4.8.....	45
Tabel 4.9.....	45
Tabel 4.10.....	46
Tabel 4.11.....	46
Tabel 4.12.....	47
Tabel 4.13.....	48
Tabel 4.14.....	48
Tabel 4.15.....	49
Tabel 4.16.....	49
Tabel 4.17.....	50
Tabel 4.18.....	50
Tabel 4.19.....	51
Tabel 4.20.....	51

Tabel 4.21.....	52
Tabel 4.22.....	53
Tabel 4.23.....	53
Tabel 4.24.....	54
Tabel 4.25.....	54
Tabel 4.26.....	55
Tabel 4.27.....	55
Tabel 4.28.....	56
Tabel 4.29.....	57
Tabel 4.30.....	57
Tabel 4.31.....	58
Tabel 4.32.....	58
Tabel 4.33.....	59
Tabel 4.34.....	59
Tabel 4.35.....	60
Tabel 4.36.....	60
Tabel 4.37.....	61
Tabel 4.38.....	62
Tabel 4.39.....	62
Tabel 4.40.....	63
Tabel 4.41.....	63
Tabel 4.42.....	64

Tabel 4.43.....	64
Tabel 4.44.....	65
Tabel 4.45.....	65
Tabel 4.46.....	66
Tabel 4.47.....	68
Tabel 4.48.....	70
Tabel 4.49.....	72
Tabel 4.50.....	73
Tabel 4.51.....	73
Tabel 4.52.....	74
Tabel 4.53.....	75

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1.....	8
Gambar 2.2.....	14
Gambar 2.3.....	16
Gambar 2.4.....	25
Gambar 2.5.....	29
Gambar 2.6.....	30
Gambar 4.1.....	73