

PENGARUH *GREEN PRODUCT* DAN *BRAND PERSONALITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KECANTIKAN (SURVEI PADA MEMBER LARISSA AESTHETIC CENTER CABANG MALANG)

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI PERSYARATAN
MEMPEROLEH GELAR SARJANA (S1)**



**ANISA DIA SETYA PUTRI
2015.69.10.0072**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK
UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN**

2019

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh *Green Product* dan *Brand Personality* terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan (Survei pada Member Larissa Aesthetic Center Cabang Malang)

Disusun oleh : Anisa Dia Setya Putri

NIM : 2015.69.10.0072

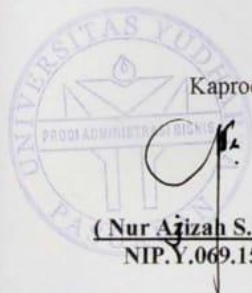
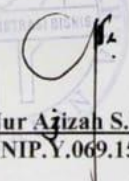
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu politik

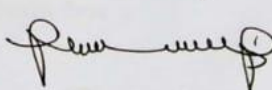
Jurusan : Administrasi Bisnis

Konsentrasi : Pemasaran

Telah diperiksa dan disetujui untuk dipertahankan di depan penguji
Pasuruan, Juli 2019

Menyetujui,

 Kaprodi

(Nur Azizah S.Sos M.A.B)
NIP.Y.069.15.02.001

Pembimbing

(Any Urwatul Wusko., S.Sos M.A.B)
NIP.Y.069.11.03.037

LEMBAR PENGESAHAN

TELAH DIPERTAHANKAN DI DEPAN MAJELIS PENGUJI SKRIPSI,
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK UNIVERSITAS YUDARTHA
PASURUAN PADA :

HARI : SABTU

TANGGAL : 27 JULI 2019

JAM : 09.00

JUDUL : PENGARUH *GREEN PRODUCT* DAN *BRAND PERSONALITY*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KECANTIKAN (SURVEI
PADA MEMBER LARISSA AESTHETIC CENTER CABANG MALANG)

DINYATAKAN LULUS

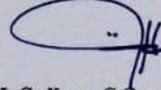
Majelis Penguji,

KETUA PENGUJI



Dr. Kholid Murtadlo, SE., ME.
NIDN.069.02.03.006

ANGGOTA PENGUJI



M. Sulhan, S.Sos., M.AB
NIP. 0691000039

MENGESAHKAN

Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu
Polink


Any Urwatul Wusko., S.Sos M.AB
NIP.Y.069.11.03.037

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : ANISA DIA SETYA PUTRI

NIM : 2015.69.10.0072

Fakultas : Ilmu Sosial Dan Politik

Program Studi : Administrasi Bisnis

Menyatakan dengan sebenar – benarnya bahwa yang saya tulis ini benar – benar hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilan karya tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Pasuruan,

Yang membuat pernyataan



ANISA DIA SETYA PUTRI

MOTTO:

**“Allah akan meninggikan orang
orang yang beriman diantara kamu dan orang
orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat”**

Qs. Al Mujadallah : 11

**“Kepuasan dalam sambat = sekalipun kamu capek, pusing, sempet oleng.
Pada akhirnya kamu akan mendapatkan hasil. Asal ngga berhenti aja, ga
masalah lah”**

Anisa DSP

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah atas segala karunia dan hidayah-Nya, karya sederhana ini kupersembahkan untuk:

1. Ayah dan Mama. Terima kasih atas dukungan, doa, nasihat, kasih sayang, dan pengorbanan yang tak pernah usai hingga membuatku sadar bahwa berproses memang tidaklah mudah.
2. Adik-adikku, Bagus Rahman Efendi dan Cahya Kamila Shifani yang senantiasa berusaha untuk tidak merepotkan kakaknya.
3. Suamiku Bapak Rangga Sudrajat yang selalu pengertian, berusaha semaksimal mungkin membantu, tetap sabar ketika istrinya mulai oleng, ataupun berpura-pura simpati dengan menemani sepanjang pengerjaan laporan padahal ku tahu pasti dia tidaklah sepeka itu. Haha
4. Anakku Abimana, terimakasih sudah mencoba untuk tidak merepotkan Bunda. Tetap sayang Bunda meski seringkali Bunda mengabaikan.
5. Anakku yang masih didalam perut, terimakasih sudah bertahan untuk tidak lahir sebelum Bunda menyelesaikan semuanya.
6. Dosen pembimbing, Ibu Any Urwatul Wusko., S.Sos M.AB. Terima kasih atas waktu dan tenaga yang diberikan untuk membimbing kami serta untuk selalu bersedia kami repotkan selama ini.
7. Teman-teman seperjuangan, “Administrasi Bisnis 2015”. Terima kasih atas warna-warni kehidupan kampus yang kalian lukiskan selama ini. Tetaplah berjuang teman-teman. Gerbang kehidupan yang sesungguhnya akan segera kita lalui. Doaku selalu menyertai kalian dimana pun kalian berada.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *green product* dan *brand personality* terhadap keputusan pembelian konsumen di Larissa Aesthetic Center Cabang Malang.

Jenis penelitian ini adalah survei dengan menggunakan kuisisioner untuk pengambilan sampel nya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah member Larissa Aesthetic Cabang Malang yang berprofesi sebagai mahasiswa. Sampel penelitian sebanyak 110 responden yang dihitung menggunakan rumus *Machin and Campbell*. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi berganda.

Hasil penelitian menemukan bahwa : (1) Variabel *green product* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, dengan nilai signifikansi sebesar 0.017 dan koefisien regresi mempunyai nilai positif. (2) Variabel *brand personality* tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, dengan nilai signifikansi 0.258 dan koefisien regresi mempunyai nilai negatif. (3) Variabel *green product* dan *brand personality* secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, dengan nilai signifikansi sebesar 0.016.

Kata Kunci : *Green Product*, *Brand Personality*, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of green product and brand personality on consumer purchasing decisions in Malang Branch Larissa Aesthetic Center.

This type of research is a survey using a questionnaire for its sampling. The population used in this study is a member of Malang Branch of Larissa Aesthetic who works as a student. The research sample of 110 respondents was calculated using the formula Machin and Campbell. The research method used is a quantitative method using multiple regression analysis.

The results of the study found that: (1) The green product variable has a positive effect on purchasing decisions, with a significance value of 0.017 and the regression coefficient has a positive value. (2) The brand personality variable has no positive effect on purchasing decisions, with a significance value of 0.258 and a regression coefficient that has a negative value. (3) Green product variables and brand personality simultaneously have a positive effect on purchasing decisions, with a significance value of 0.016.

Keywords: Green Product, Brand Personality, Purchasing Decisions.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, berkat rahmat dan karunia-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh *Green Product* dan *Brand Personality* terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan (Survei pada Mamber Larissa Aesthetic Center Cabang Malang)”**

Tujuan penulisan skripsi ini adalah sebagai syarat akademis dalam memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis (S.AB) pada Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Yudharta Pasuruan.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Sehubungan dengan itu penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Saifulah, MHI selaku Rektor Universitas Yudharta Pasuruan.
2. Ibu Any Urwatul Wusko, S.Sos., M.AB selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Yudharta Pasuruan.
3. Ibu Nur Ajizah, S.Sos., M.AB selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Yudharta Pasuruan.
4. Ibu Any Urwatul Wusko., S.SosM.AB selaku Dosen Pembimbing yang telah yang telah bersedia meluangkan waktu, memberikan pengarahan dan bimbingan dalam penulisan skripsi ini.

5. Seluruh Dosen pengajar Ilmu Administrasi Bisnis yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
6. Keluarga tercinta yang telah memberikan do'a , semangat dan motivasi yang bermanfaat bagi penulis.
7. Seluruh teman mahasiswa angkatan 2015 yang telah banyak membantu penulis dan memberikan dukungan dalam menyusun skripsi hingga selesai.
8. Semua pihak yang telah membantu terselesainya skripsi ini yang tidak dapat penulis sebut satu persatu.

Semoga segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan mengingat keterbatasan pengetahuan yang penulis peroleh sampai saat ini. Demi kesempurnaan skripsi ini, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Pasuruan, Juli 2019

Penulis

DAFTAR ISI

| | |
|-----------------------------------|------|
| Sampul Depan | |
| Sampul Dalam | |
| Lembar Persetujuan | i |
| Lembar Pengesahan | ii |
| Pernyataan Keaslian Tulisan | iii |
| Motto | iv |
| Halaman Persembahan | v |
| Abstrak | vi |
| <i>Abstract</i> | vii |
| Kata Pengantar..... | viii |
| DAFTAR ISI | x |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiv |

BAB I : PENDAHULUAN

| | |
|--------------------------------------|---|
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah Penelitian | 8 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 8 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 9 |

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

| | |
|--------------------------------|----|
| 2.1 Penelitian Terdahulu..... | 10 |
| 2.2 Kajian Teoritis | 17 |
| 2.3 Hipotesis Penelitian | 29 |

BAB III : METODE PENELITIAN

| | |
|-----------------------------------|----|
| 3.1 Jenis Penelitian | 33 |
| 3.2 Lokasi Penelitian | 33 |
| 3.3 Variabel dan Pengukuran | 34 |

| | |
|---|----|
| 3.4 Populasi dan Sampel..... | 36 |
| 3.5 Teknik Penentuan Sampel | 39 |
| 3.6 Teknik Pengumpulan Data | 40 |
| 3.7 Uji Instrumen | 42 |
| 3.8 Teknik Analisis Data | 45 |
| 3.9 Pengujian Prasyarat Analisis | 46 |
| 3.10 Analisis Regresi Linier Berganda | 47 |
| 3.11 Uji Hipotesis | 48 |

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

| | |
|--------------------------|----|
| 4.1 Penyajian Data | 52 |
| 4.2 Pembahasan | 65 |

BAB V PENUTUP

| | |
|-------------------------|----|
| 5.1 Kesimpulan..... | 68 |
| 5.2 Saran..... | 69 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 70 |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN | 74 |

DAFTAR TABEL

| Tabel | Keterangan | Halaman |
|--------------|---|----------------|
| 1.1 | : 10 Klinik Kecantikan Terbaik di Indonesia | 4 |
| 2.1 | : Penelitian Terdahulu | 16 |
| 2.2 | : Pengertian Pemasaran | 17 |
| 2.3 | : Pengertian <i>Green Product</i> | 19 |
| 2.4 | : Pengertian <i>Brand Personality</i> | 22 |
| 2.5 | : Pengertian Keputusan Pembelian | 23 |
| 3.1 | : Indikator <i>Green Product</i> | 35 |
| 3.2 | : Indikator <i>Brand Personality</i> | 35 |
| 3.3 | : Indikator Keputusan Pembelian | 36 |
| 3.4 | : Skala <i>Likert</i> | 41 |
| 3.5 | : Indikator Variabel | 42 |
| 3.6 | : Uji Validitas | 43 |
| 3.7 | : Pengambilan Keputusan | 50 |
| 4.1 | : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 54 |
| 4.2 | : Karakteristik Responden Berdasarkan Usia | 54 |
| 4.3 | : Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan | 55 |
| 4.4 | : Hasil Uji Validitas | 56 |
| 4.5 | : Hasil Uji Reliabilitas | 57 |
| 4.6 | : Hasil Analisis Regresi Linier Berganda | 62 |
| 4.7 | : Ringkasan Hasil Uji Hipotesis | 65 |

DAFTAR GAMBAR

| Gambar | Keterangan | Halaman |
|--------|--|---------|
| 1.1 | : Data <i>Online Market Analysis</i> | 2 |
| 1.2 | : Penghargaan ISO 9001 : 2008 | 5 |
| 2.1 | : Model Hipotesis (Fahlis Ahmad, dkk 2016) | 10 |
| 2.2 | : Model Hipotesis (Arianto Balawera 2013) | 11 |
| 2.3 | : Model Hipotesis (Ayu Sagia, dkk 2018) | 12 |
| 2.4 | : Model Hipotesis (Ana Fitria, dkk 2017) | 12 |
| 2.5 | : Model Hipotesis (Rossa Octaria, dkk 2015) | 13 |
| 2.6 | : Model Hipotesis (Ayu Almaulidta, dkk 2015) | 14 |
| 2.7 | : Model Hipotesis (Muhamad Ridwan, dkk 2018) | 15 |
| 2.8 | : Model Hipotesis (Desriani Makatumpias, dkk 2018) | 15 |
| 2.9 | : Proses Pengambilan Keputusan Pembelian | 24 |
| 2.10 | : Model Hipotesis (Anisa, 2019) | 29 |
| 4.1 | : Hasil Uji Normalitas | 58 |
| 4.2 | : Hasil Uji Linieritas <i>Green Product</i> terhadap Keputusan Pembelian | 59 |
| 4.3 | : Hasil Uji Linieritas <i>Brand Personality</i> terhadap Keputusan Pembelian | 60 |
| 4.4 | : Hasil Uji Hipotesis | 63 |
| 4.5 | : Hasil Uji F | 64 |
| 4.6 | : Hasil Uji Koefisien Determinasi | 65 |

DAFTAR LAMPIRAN

| Lampiran | Keterangan | Halaman |
|-----------------|---------------------------|----------------|
| 1 | : Kuisisioner | 75 |
| 2 | : Hasil Uji Validitas | 78 |
| 3 | : Hasil Uji Reliabilitas | 81 |
| 4 | : Hasil Uji Normalitas | 83 |
| 5 | : Hasil Uji Linieritas | 84 |
| 6 | : Hasil Uji Regresi | 87 |
| 7 | : Tabulasi Data Responden | 88 |
| 8 | : Curriculum Vitae | 93 |

