

**PENGARUH *GREEN PRODUCT* DAN *GREEN ADVERTISING*
TERHADAP CITRA MEREK DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN
AIR MINUM DALAM KEMASAN MEREK AQUA
(Studi pada Mahasiswa Universitas Yudharta Pasuruan Konsumen Air
Minum Dalam Kemasan Merek AQUA)**

SKRIPSI

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



MOKHAMAD MUQORROBIN

2014.69.10.0057

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

2018

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : PENGARUH *GREEN PRODUCT* DAN *GREEN ADVERTISING* TERHADAP CITRA MEREK DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM DALAM KEMASAN MEREK AQUA (Studi pada Mahasiswa Universitas Yudharta Pasuruan Konsumen Air Minum Dalam Kemasan Merek AQUA)

Disusun Oleh : Mokhamad Muqorrobin

NIM : 2014.69.10.0057

Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jurusan : Administrasi Bisnis

Konsentrasi : Pemasaran

Telah diperiksa dan distujui untuk dipertahankan di depan tim penguji

Pasuruan, 06 Agustus 2018

Menyetujui,

Kaprodi,



Nur Ajizah, S.Sos., M.AB
NIP Y. 0691.109071

Pembimbing,



Dr. H. Kholid Murtadlo, SE, ME
NIP Y. 0690203006

TANDA PENGESAHAN

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

HARI : Senin

TANGGAL : 06 Agustus 2018

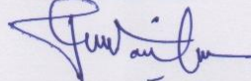
JAM : 09.00 WIB

JUDUL : PENGARUH *GREEN PRODUCT* DAN *GREEN
ADVERTISING* TERHADAP CITRA MEREK DAN
KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM DALAM
KEMASAN MEREK AQUA (Studi pada Mahasiswa
Universitas Yudharta Pasuruan Konsumen Air Minum
Dalam Kemasan Merek AQUA)

DINYATAKAN LULUS

MAJELIS PENGUJI

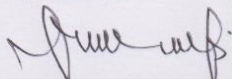
KETUA PENGUJI



Nuraeni, S.Sos., M.AB

NIP. Y. 069.02.03.005

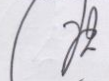
ANGGOTA



Any Urwatul Wusko, S.Sos., M.AB

NIP. Y. 069.11.03.037

ANGGOTA



Dr. H. Agus Kholid Murtadlo, M.E

NIP. Y. 069.02.03.006

MENGESAHKAN,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik



Any Urwatul Wusko, S.Sos., M.AB

NIP. Y. 069.11.03.037

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Mokhamad Muqorrobin

NIM : 201469100057


Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi : Administrasi Bisnis

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri; bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Pasuruan, 20 Agustus 2018,




Mokhamad Muqorrobin
NIM. 201469100057

MOTTO

*“JADILAH DIRI SENDIRI DAN JANGAN JADI
ORANG LAIN, WALAUPUN DIA LEBIH BAIK
DARI KITA”*

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah yang Maha Esa atas semua rahmat dan hidayah-Nya, peneliti bisa menyelesaikan tugas akhir kuliah ini. Peneliti mempersembahkan karya sederhana ini untuk:

1. Ayah dan Ibu saya yang senantiasa memberikan dukungan, do'a, bimbingan dan pengorbanan yang tak mampu dinilai dengan apapun.
2. Kedua kakak dan adik saya yang selalu memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Dosen pembimbing skripsi saya Dr. H. Kholid Murtadlo, SE, ME yang telah membantu penulisan skripsi ini.
4. Sahabat-sahabat terdekat saya yang selalu membantu dan mensupport saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Almamaterku tercinta Universitas Yudharta Pasuruan.

ABSTRAK

Mokhammad Muqorrobin. Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Yudharta Pasuruan. 20 Agustus 2018. **PENGARUH *GREEN PRODUCT* DAN *GREEN ADVERTISING* TERHADAP CITRA MEREK DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM DALAM KEMASAN MEREK AQUA (Studi pada Mahasiswa Universitas Yudharta Pasuruan Konsumen Air Minum Dalam Kemasan Merek AQUA)**. Pembimbing: Dr. Kholid Murtdallo, S.E., M.E.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui: (1) pengaruh *green product* terhadap citra merek Air Minum Dalam Kemasan Merek AQUA, (2) *green advertising* terhadap citra merek Air Minum Dalam Kemasan Merek AQUA, (3) pengaruh *green product* terhadap keputusan pembelian Air Minum Dalam Kemasan Merek AQUA, (4) pengaruh *green advertising* terhadap keputusan pembelian Air Minum Dalam Kemasan Merek AQUA, (5) pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian Air Minum Dalam Kemasan Merek AQUA.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian penjelasan (*explanatory research*) dengan pendekatan kualitatif, di mana instrumen penelitian ini berupa kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Yudharta yang pernah mengonsumsi Air Minum Dalam Kemasan Merek AQUA. Sampel yang digunakan adalah 96 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis jalur.

Hasil dari penelitian ini diketahui bahwa: (1) variabel *green product* berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek dengan nilai koefisien beta sebesar 0,251 dan tingkat signifikansi 0,028. (2) Variabel *green advertising* berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek dengan nilai koefisien beta sebesar 0,299 dan tingkat signifikansi 0,009. (3) Variabel *green product* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien beta sebesar 0,263 dan tingkat signifikansi 0,024. (4) Variabel *green advertising* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien beta sebesar 0,306 dan tingkat signifikansi 0,010. (5) Variabel citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien beta sebesar 0,350 dan tingkat signifikansi 0,004.

Kata Kunci : *Green Product*, *Green Advertising*, Citra Merek dan Keputusan Pembelian

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas limpahan Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat merampungkan skripsi dengan judul **“Pengaruh *Green Product* Dan *Green Advertising* Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Merek AQUA (Studi pada Mahasiswa Universitas Yudharta Pasuruan Konsumen Air Minum Dalam Kemasan Merek AQUA)”**. Penelitian ini untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan studi serta dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Pendidikan Strata Satu pada Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Yudharta Pasuruan.

Terselesaikannya skripsi ini tidak lepas dari bantuan banyak pihak, sehingga pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat penulis menghaturkan terima kasih yang setulus – tulusnya kepada :

1. Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya.
2. Romo KH. M. Sholeh Bahruddin selaku pengasuh Yayasan Darut Taqwa, dimana Universitas Yudharta Pasuruan bernaung dan atas nasehat-nasehat beliau dalam hidup berdampingan dengan masyarakat tanpa membedakan semua kalangan.
3. Bapak Dr. Saifulloh, M.H.I selaku Rektor Universitas Yudharta Pasuruan.
4. Ibu Any Urwatul Wusko S.Sos, M.AB selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
5. Ibu Nur Ajizah S.Sos, M.AB selaku Kaprodi Ilmu Administrasi Bisnis.

6. Dr. H. Kholid Murtadlo, SE, ME selaku pembimbing yang telah membantu penulisan skripsi ini.
7. Kedua orang tua serta keluarga tercinta atas segala kasih sayang, cinta dan do'anya yang selalu tercurahkan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman-teman seperjuangan mahasiswa administrasi bisnis angkatan 2014 atas kebersamaan dan semangatnya.
9. Seluruh shohib dan srikandi MATAN Komisariat Yudharta yang menemani dan memberi semangat dalam penyusunan skripsi ini.
10. Responden yang telah berkenan meluangkan waktunya untuk mengisi kuisioner penelitian ini.
11. Seorang wanita yang selalu dengan sabar menemani, memotivasi dan memberi semangat dalam setiap detik proses perjuangan penyusunan skripsi ini.
12. Pihak-pihak lain yang tidak dapat kami sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Akhir kata penulis berharap Skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan dapat menjadi bahan acuan yang bermanfaat dikemudian hari.

Pasuruan, 20 Agustus 2018

Penulis,

Mokhamad Muqorrobin

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	i
TANDA PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah.....	13
1.3. Tujuan Penelitian.....	13
1.4. Manfaat Penelitian.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1. Penelitian Terdahulu	16
2.2. Kajian Teoritik	22
2.2.1. Pengertian Pemasaran	22
2.2.2. <i>Green marketing</i>	22
2.2.3. <i>Green product</i>	24
2.2.4. <i>Green advertising</i>	25
2.2.5. Citra Merek	27
2.2.6. Perilaku Konsumen	29
2.2.7. Keputusan Pembelian	30
2.3. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis Penelitian	33
2.3.1. Hubungan Antar Variabel	33
2.3.1.1. Pengaruh <i>Green Product</i> terhadap Citra Merek.....	33
2.3.1.2. Pengaruh <i>Green Advertising</i> terhadap Citra Merek.....	34
2.3.1.3. Pengaruh <i>Green Product</i> terhadap Keputusan Pembelian	35
2.3.1.4. Pengaruh <i>Green Advertising</i> terhadap Keputusan Pembelian ...	36
2.3.1.5. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	37
2.3.2. Model Hipotesis	38
2.3.3. Hipotesis Penelitian.....	38

BAB III METODE PENELITIAN	40
3.1. Jenis Penelitian	40
3.2. Lokasi Penelitian	40
3.3. Variabel dan Pengukuran	41
3.3.1. Definisi Operasional Variabel	41
3.3.1.1. Variabel Bebas	41
3.3.1.2. Variabel Terikat	42
3.3.2. Skala Pengukuran	44
3.4. Populasi dan Sampel	45
3.4.1. Populasi	45
3.4.2. Sampel	46
3.5. Teknik Pengumpulan Data	47
3.6. Uji Intrumen	47
3.6.1. Uji Validitas	47
3.6.2. Uji Reliabilitas	48
3.7. Teknik Analisis	49
3.7.1. Analisis Statistik Deskriptif	49
3.7.2. Uji Asumsi Klasik	50
3.7.2.1. Uji Normalitas	50
3.7.2.2. Uji Linieritas	50
3.7.3. Analisis Statistik Inferensial	51
3.7.4. Uji Hipotesis	53
3.7.4.1. Uji Parsial (t)	53
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	 54
4.1. Gambaran Umum Perusahaan	54
4.1.1. Sejarah PT Tirta Investama	54
4.1.2. Visi dan Misi	57
4.1.2.1. Visi	57
4.1.2.2. Misi	57
4.2. Gambaran Umum Responden	57
4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	58
4.3. Uji Instrumen	59
4.3.1. Uji Validitas	59
4.3.2. Uji Reliabilitas	62
4.4. Analisis Statistik Deskriptif	64
4.4.1. Variabel <i>Green Product</i>	64
4.4.2. Variabel <i>Green Advertising</i>	66
4.4.3. Variabel Citra Merek	68

4.4.4. Variabel Keputusan Pembelian	71
4.5. Uji Asumsi Klasik	74
4.5.1. Uji Normalitas	74
4.5.2. Uji Linieritas	75
4.6. Analisis Statistik Inferensial.....	76
4.7. Uji Hipotesis.....	79
4.7.1. <i>Green Product</i> Berpengaruh Secara Signifikan terhadap Citra Merek	80
4.7.2. <i>Green Advertising</i> Berpengaruh Secara Signifikan terhadap Citra Merek	81
4.7.3. <i>Green Product</i> Berpengaruh Secara Signifikan terhadap Keputusan Pembelian	81
4.7.4. <i>Green Advertising</i> Berpengaruh Secara Signifikan terhadap Keputusan Pembelian	82
4.7.5. Citra Merek Berpengaruh Secara Signifikan terhadap Keputusan Pembelian	82
4.8. Hasil Dan Pembahasan.....	83
4.8.1. <i>Green Product</i> terhadap Citra Merek.....	83
4.8.2. <i>Green Advertising</i> terhadap Citra Merek	84
4.8.3. <i>Green Product</i> terhadap Keputusan Pembelian	86
4.8.4. <i>Green Advertising</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	88
4.8.5. Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	89
BAB V_PENUTUP	92
5.1. Kesimpulan.....	92
5.2. Keterbatasan	93
5.3. Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN-LAMPIRAN	99
CURRICULUM VITAE.....	119

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel 2	Variabel Penelitian	43
Tabel 3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
Tabel 4	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
Tabel 5	Hasil Uji Validitas	60
Tabel 6	Hasil Uji Realibilitas	63
Tabel 7	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel Green Product....	64
Tabel 8	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel Green Advertising	66
Tabel 9	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel Citra Merek.....	68
Tabel 10	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	71
Tabel 11	Hasil Uji Normalitas.....	75
Tabel 12	Hasil Uji Linieritas	76
Tabel 13	Hasil Uji Koefisien Jalur Pengaruh Variabel Green Product dan Green Advertising Terhadap Citra Merek.....	77
Tabel 14	Hasil Uji Koefisien Jalur Pengaruh Variabel Green Product, Green Advertising dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	78
Tabel 15	Ringkasan Koefisien Jalur	78
Tabel 16	Pengujian Hubungan Langsung dan Tidak Langsung.....	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Komponen Sampah	2
Gambar 2 Iklan Aqua	11
Gambar 3 Model Hipotesis	38
Gambar 4 Model Diagram Jalur.....	52
Gambar 5 Ukuran Hipotesis.....	80

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisoner Penelitian.....	99
Lampiran 2. Uji validitas.....	102
Lampiran 3. Uji Realibilitas.....	106
Lampiran 4. Uji Normalitas	107
Lampiran 5. Uji Linieritas.....	108
Lampiran 6. Uji Koefisien Path	110
Lampiran 7. Mean	111