

**PENGARUH *GREEN MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DAN IMPLIKASINYA TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN**

(Studi pada Konsumen Ades di Yogyakarta)

***THE EFFECT OF GREEN MARKETING ON PURCHASE DECISION AND
IMPLICATIONS FOR CUSTOMER LOYALTY***

(Study on Consumers Ades In Yogyakarta)

SKRIPSI



Disusun oleh:

Ricky Kurnia Saputra

20130410290

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2017

**PENGARUH *GREEN MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DAN IMPLIKASINYA TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN**

(Studi pada Konsumen Ades di Yogyakarta)

***THE EFFECT OF GREEN MARKETING ON PURCHASE DECISION AND
IMPLICATIONS FOR CUSTOMER LOYALTY***

(Study on Consumers Ades In Yogyakarta)

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh
Gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun oleh:

Ricky Kurnia Saputra

20130410290

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2017

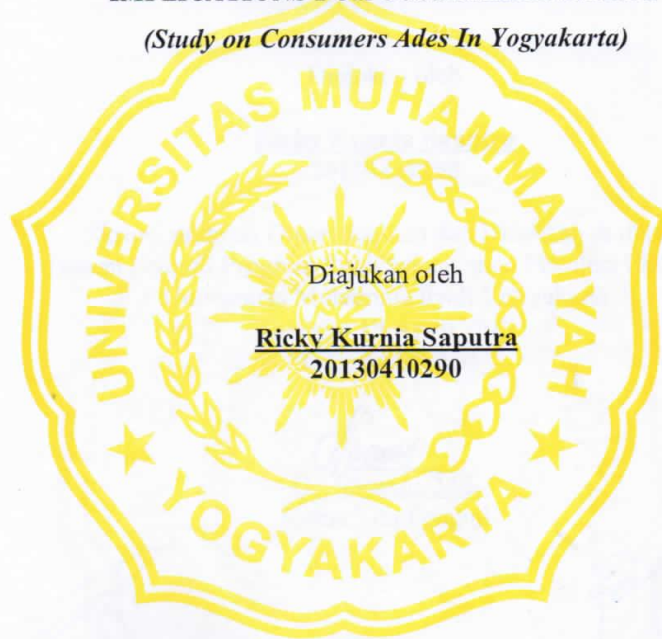
SKRIPSI

**PENGARUH *GREEN MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DAN IMPLIKASINYA TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN**

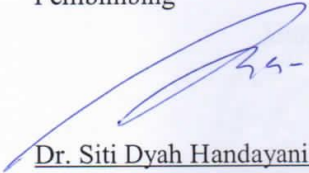
(Studi pada Konsumen Ades di Yogyakarta)

*THE EFFECT OF GREEN MARKETING ON PURCHASE DECISION AND
IMPLICATIONS FOR CUSTOMER LOYALTY*

(Study on Consumers Ades In Yogyakarta)



Telah disetujui Dosen Pembimbing
Pembimbing


Dr. Siti Dyah Handayani, MM.
NIK: 19680531199202 143 012

Tanggal: 1 April 2017

**PENGARUH *GREEN MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DAN IMPLIKASINYA TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN**

(Studi pada Konsumen Ades di Yogyakarta)

***THE EFFECT OF GREEN MARKETING ON PURCHASE DECISION AND
IMPLICATIONS FOR CUSTOMER LOYALTY***

(Study on Consumers Ades In Yogyakarta)

Diajukan oleh


Ricky Kurnia Saputra


20130410290


Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Tanggal 19 April 2017

Yang terdiri dari


Dr. Susanto, MS.
Ketua Tim Penguji


Dr. Siti Dyah Handayani, MM.
Anggota Tim Penguji

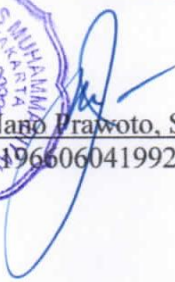

Retno Wkdowati PA., M.Si., Ph.D.
Anggota Tim Penguji

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta




Dr. Nargo Prawoto, S.E., M.Si.
NIK. 19660604199202 143 016

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Ricky Kurnia Saputra

Nomor mahasiswa : 20130410290

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: **“Pengaruh Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dan Implikasinya Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi pada Konsumen Ades di Yogyakarta)”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya orang atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 1 April 2017



Ricky Kurnia Saputra

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

MAN JADDA WAJADA

Siapa bersungguh-sungguh pasti berhasil

MAN SHABARA ZHAFIRA

Siapa yang bersabar pasti beruntung

MAN SARA ALA DARBI WASHALA

Siapa menapaki jalan-Nya akan sampai ke tujuan

Kesuksesan hanya dapat diraih dengan segala upaya

dan usaha yang disertai dengan do'a,

karena sesungguhnya

nasib seseorang manusia tidak akan

berubah dengan sendirinya

tanpa berusaha

HALAMAN PERSEMBAHAN

Kurpersembahkan karya kecil ini untuk cahaya hidup yang senantiasa ada saat suka maupun duka, selalu setia mendampingi meskipun kalian jauh disana.

Saat diri ini mulai merasa putus asa kalian selalu menjadi energi positif bagi penulis, selalu dengan ikhlas memanjatkan doa untuk putra tercinta dalam setiap sujudnya.

Tri Haryanto, Terimakasih untuk menjadi guru pertama yang mengajarkanku akan kehidupan serta selalu menuntunku untuk bermental baja.

Murtini, Kelembutan, kesabaran, kesederhanaan serta dirimu yang Qana'ah membuatku selalu bangga telah terlahir dari rahimmu. Engkau akan selalu menjadi wanita terhebat untukku. Karya ini spesial kupersembahkan untukmu, semoga gelar sarjanaku nanti dapat menjadi motivasi untuk kesembuhanmu. Terimakasih untuk semuanya Ibu.

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *green marketing* terhadap keputusan pembelian dan implikasinya terhadap loyalitas konsumen pada konsumen Ades. Penelitian ini dilakukan di D.I. Yogyakarta.

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling*, dan *nonprobability sampling* yang digunakannya adalah *purposive sampling*. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 200 orang yang merupakan konsumen yang pernah mengkonsumsi air mineral Ades. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner. Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modelling* dengan bantuan software Amos. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa *green marketing* secara langsung berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, *green marketing* secara langsung berpengaruh langsung terhadap loyalitas konsumen, keputusan pembelian secara langsung berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, dan *green marketing* secara tidak langsung memiliki pengaruh lebih kecil terhadap loyalitas konsumen melalui keputusan pembelian sebagai variabel intervening.

Kata Kunci: *Green Marketing*, Keputusan Pembelian, Loyalitas Konsumen

ABSTRACT

This study aims to determine how much influence of green marketing on purchase decision and implications for customer loyalty on consumer Ades. This research was conducted in D.I. Yogyakarta.

The sampling method used in this study is nonprobability sampling, and nonprobability sampling used was purposive sampling. The number of samples in this study as many as 200 people who are consumers who have consumed mineral water Ades. Data were collected using a questionnaire. The data in this study using Structural Equation Modelling with Amos. The results of this study prove that green marketing directly has significant effect on purchase decision, green marketing directly has significant effect on customer loyalty, purchase decision has significant effect on customer loyalty, and green marketing indirectly have a smaller effect on customer loyalty through purchase decision.

Keywords: Green Marketing, Purchase Decision, and Customer Loyalty

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmat dalam penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dan Implikasinya Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi pada Konsumen Ades di Yogyakarta)”.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan masukan bagi organisasi dalam penggunaan taktik mempengaruhi dalam pengambilan keputusan organisasional dan memberikan ide pengembangan bagi penelitian selanjutnya.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Dr. Nano Prawoto, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Retno Widowati, PA., M.Si., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Manajemen telah memberikan petunjuk, bimbingan, kemudahan dan kesabaran yang luar biasa selama penulis menyelesaikan studi.
3. Ibu Dr. Siti Dyah Handayani, MM yang dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian karya tulis ini.

4. Bapak dan Ibu serta saudara-saudaraku yang senantiasa memberikan dorongan dan perhatian kepada penulis hingga dapat menyelesaikan studi.

Terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Yogyakarta, 1 April 2017

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
INTISARI.....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Landasan Teori	8
B. Penelitian Terdahulu.....	12
C. Penurunan Hipotesis	13
D. Model Penelitian.....	17
BAB III METODE PENELITIAN	18
A. Objek dan Subjek Penelitian	18
B. Jenis Data.....	19
C. Teknik Pengambilan Sampel.....	19
D. Teknik Pengumpulan Data	20
E. Definisi Operasional Variabel	20
F. Uji Kualitas Instrumen	22
G. Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	26

BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	28
A.	Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian.....	28
B.	Hasil Karakteristik Responden.....	31
C.	Uji Kualitas Instrumen.....	36
D.	Analisis Data SEM.....	37
E.	Pembahasan.....	46
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	50
A.	Kesimpulan.....	50
B.	Saran.....	52
C.	Keterbatasan Penelitian.....	52
	DAFTAR PUSTAKA.....	
	LAMPIRAN.....	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.	Hasil Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 3.1.	Definisi Variabel Penelitian	21
Tabel 3.2.	<i>Goodness of Fit</i>	25
Tabel 4.1.	Rincian Penyebaran Kuesioner	32
Tabel 4.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	32
Tabel 4.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	33
Tabel 4.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	34
Tabel 4.5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	34
Tabel 4.6.	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Konsumsi	35
Tabel 4.7.	Uji Validitas.....	36
Tabel 4.8.	Uji Reliabilitas	37
Tabel 4.9.	Hasil Uji Normalitas	40
Tabel 4.10.	Hasil Uji <i>Outliers</i>	41
Tabel 4.11.	Hasil Uji <i>Goodness of Fit</i>	42
Tabel 4.12.	Hasil Uji <i>Regression Weight</i>	44
Tabel 4.13.	Hasil Uji <i>Standardized Direct</i> dan <i>Indirect Effect</i>	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Iklan dan Logo.....	1
Gambar 2.1. Model Penelitian.....	17
Gambar 4.1. Diagram Jalur	38
Gambar 4.2. Persamaan Struktural.....	39

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Pemasaran merupakan kegiatan yang sangat vital bagi suatu perusahaan, karena dengan pemasaran perusahaan akan dapat menyalurkan barang atau jasa yang diproduksinya. Oleh karena itu, setiap perusahaan yang menghasilkan produk tidak akan terlepas dari kegiatan pemasaran, sebab hal itu yang menjadi kegiatan yang dapat membantu menciptakan nilai ekonomi terhadap barang dan jasa yang dihasilkan.

Saat ini, kesadaran masyarakat dunia akan pentingnya pelestarian lingkungan semakin meningkat, hal ini dicetuskan oleh adanya kekhawatiran besar akan terjadinya bencana lingkungan yang mengancam kelangsungan hidup manusia. Bahkan sekarang, sampah menjadi masalah besar karena jumlah sampah yang semakin banyak tidak didukung dengan sistem daur ulang yang memadai. Hal itu terjadi diberbagai negara baik negara maju maupun negara berkembang, termasuk Indonesia.

Istilah *green marketing* muncul sebagai reaksi dari pemasar untuk peduli terhadap lingkungan. *Green marketing* kemudian menjadi alternatif strategi yang tidak hanya membantu citra perusahaan, tetapi juga memberi *value* terhadap lingkungan dan bisnis perusahaan. Walaupun begitu Palwa (2014) menjelaskan bahwa target pasar perusahaan yang melakukan *green marketing strategy* belum