

**PENGARUH PEMASARAN HIJAU TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN YANG DIMEDIASI OLEH CITRA MEREK PADA
PRODUK RAMAH LINGKUNGAN**

(Studi Pada Pengguna Pertamina Series di Yogyakarta)

***THE INFLUENCE OF GREEN MARKETING ON PURCHASING
DECISIONS MEDIATED BY BRAND IMAGE ON ECO-FRIENDLY
PRODUCT***

(Studies on User Pertamina Series in Yogyakarta)



Disusun oleh:

**YUDI EFENDI
20130410162**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2017

**PENGARUH PEMASARAN HIJAU TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN YANG DIMEDIASI OLEH CITRA MEREK PADA
PRODUK RAMAH LINGKUNGAN**

(Studi Pada Pengguna Pertamina Series di Yogyakarta)

***THE INFLUENCE OF GREEN MARKETING ON PURCHASING
DECISIONS MEDIATED BY BRAND IMAGE ON ECO-FRIENDLY
PRODUCT***

(Studies on User Pertamina Series in Yogyakarta)

SKRIPSI

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



Disusun oleh:

**YUDI EFENDI
20130410162**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2017

**PENGARUH PEMASARAN HIJAU TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN YANG DIMEDIASI OLEH CITRA MEREK PADA
PRODUK RAMAH LINGKUNGAN**

(Studi Pada Pengguna Pertamina Series di Yogyakarta)

***THE INFLUENCE OF GREEN MARKETING ON PURCHASING
DECISIONS MEDIATED BY BRAND IMAGE ON ECO-FRIENDLY
PRODUCT***

(Studies on User Pertamina Series in Yogyakarta)



Diajukan oleh

**YUDI EFENDI
20130410162**

Telah disetujui Dosen Pembimbing
Pembimbing

Sutrisno Wibowo.,SE.,MM.
NIK:19690801199303 143 030

Tanggal: 30 Maret 2017

**PENGARUH PEMASARAN HIJAU TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN YANG DIMEDIASI OLEH CITRA MEREK PADA
PRODUK RAMAH LINGKUNGAN
(Studi Pada Pengguna Pertamina Series di Yogyakarta)**

***THE INFLUENCE OF GREEN MARKETING ON PURCHASING
DECISIONS MEDIATED BY BRAND IMAGE ON ECO-FRIENDLY
PRODUCT***

(Studies on User Pertamina Series in Yogyakarta)

Diajukan oleh

**YUDI EFENDI
20130410162**

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

Tanggal 27 April 2017

Yang terdiri dari

Dr. Siti Dyah Handayani, MM.
Ketua Tim Penguji

Misbahul Anwar, SE., M.Si.
Anggota Tim Penguji

Sutrisno/Wibowo, SE., MM.
Anggota Tim Penguji

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



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

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Yudi Efendi

Nomor mahasiswa : 20130410162

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: **“PENGARUH PEMASARAN HIJAU TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG DIMEDIASI OLEH CITRA MEREK PADA PRODUK RAMAH LINGKUNGAN”** 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, 30 Maret 2017



Yudi Efendi

MOTTO

Allah akan meninggikan derajat orang-orang yang beriman diantara kamu dan orang yang memiliki ilmu pengetahuan.

(Al-Mujadillah:11)

Sesungguhnya sesudah kesulitan ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai dari suatu urusan, kerjakanlah dengan sungguh-sungguh urusan yang lain. Dan hanya kepada Tuhan-Mu lah hendaknya kamu berharap

(Q.S Al Insyiroh: 6-8)

Hati adalah buku dengan banyak bab didalamnya, salah satunya adalah tentang rindu dan cinta.

(Penulis)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT. Atas rahmat dan kasih sayangNya telah memberikanku kekuatan, atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan akhirnya skripsi yang sederhana ini dapat terselesaikan. Kurpersembahkan karya kecil ini untuk cahaya hidup yang senantiasa ada saat suka maupun duka, selalu setia mendampingi meskipun kalian jauh disana.

Sutomo, Terimakasih sudah menjadi guru yang menuntunku menjadi pribadi yang bermental baja untuk tidak mengeluh dalam menjalani kehidupan sehari-hari serta tidak hentinya mendukung saya baik secara moril dan materi. Untuk ibuku **Mamah Nuryani**, Kelembutan, Kesabaran dan Kesederhanaanmu membuatku selalu bangga telah terlahir dari rahimmu. Engkau akan selalu menjadi wanita terhebat untukku. Terimakasih untuk semuanya ibu.

Serta kalian...

1. Nita Oktaviana adikku dengan hadirnya dia membuat hari hariku termotivasi untuk bisa menjadi kakak yang bertanggung jawab serta menyayanginya.
2. Terimakasih buat nenek dan keluarga besar Sih Uminah karena atas dorongan semangat kalian saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
3. Terimakasih untuk teman-teman manajemen kelas D yang tidak bisa saya sebutkan satu-satu. terutama teman-teman futsal dojajan fc.
4. Terimakasih untuk teman-teman "KKN 074 Anti Cinlok, Konco Tipis" Dlingo Bantul yang selama sebulan telah mengajarkan penulis arti kehidupan bermasyarakat yang sebenarnya.

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pemasaran hijau terhadap keputusan pembelian yang dimediasi oleh citra merek pada produk ramah lingkungan pertamax series. Penelitian ini dilakukan di Yogyakarta.

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* yang digunakannya adalah *purposive sampling*. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 120 orang. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner. Teknik analisis menggunakan *path analysis* dengan bantuan software spss 21.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pemasaran Hijau berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Pemasaran Hijau berpengaruh positif dan signifikan terhadap Citra Merek. Citra merek berpengaruh positif terhadap Keputusan pembelian. Citra Merek memediasi Pengaruh Pemasaran Hijau terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: Pemasaran Hijau, Citra Merek, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This research aims to find out how big the influence of green marketing of the purchase that is mediated by the brand image on Eco-Friendly products Pertamina series. This research was conducted in Yogyakarta.

Sampling method used in this research is the nonprobability sampling used is purposive sampling. Total sample in this research as many as 120 people. Data were collected using a questioner. Analysis techniques using path analysis with help of spss 21 software.

Results showed that green marketing have positive and significant influence on purchasing decision. Green Marketing have positive and significant influence on brand image.brand image have positive and significant influence on purchasing decision. Brand image mediate the influence of green marketing towards purchasing decisions.

Keywords: *Green marketing, Brand Image, purchasing Decision*

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmat dalam penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Pemasaran Hijau Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Citra Merek Pada Produk Ramah Lingkungan”.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis 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. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Dr. Nano Prawoto, S.E., M.Si. yang telah memberikan petunjuk, bimbingan dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.
2. Bapak Sutrisno Wibowo, SE., MM. yang dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian karya tulis ini.

3. Bapak dan Ibu serta saudara-saudaraku yang senantiasa memberikan dorongan dan perhatian kepada penulis hingga dapat menyelesaikan studi
4. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Sebagai kata akhir, tiada gading yang tak retak, penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, kritik, saran, dan pengembangan penelitian selanjutnya sangat diperlukan untuk kedalaman karya tulis dengan topik ini.

Yogyakarta, 30 Maret 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
ABSTRAK	xiii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Batasan masalah	5
C. Rumusan Masalah Penelitian	6
D. Tujuan Penelitian.....	6
E. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Landasan Teori	8
B. Hasil Penelitian Terdahulu	14
C. Hipotesis	16
D. Model Penelitian.....	19
BAB III METODE PENELITIAN	21
A. Objek dan Subjek Penelitian	21
B. Jenis Data.....	21
C. Teknik Pengambilan sampel.....	22
D. Teknik Pengumpulan Data	22
E. Definisi Operasional Variabel	23
F. Uji Kualitas Instrumen	26
G. Uji Hipotesis dan Analisis Data	28
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	32

A. Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian.....	32
B. Uji Kualitas Instrumen	32
C. Hasil Penelitian.....	42
D. Pembahasan	48
BAB V	SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN
PENELITIAN	56
A. Kesimpulan.....	56
B. Saran	57
C. Keterbatasan penelitian.....	58
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

1.1. Konsumsi atau penjualan BBM.....	4
3.1. Klasifikasi dan indikator variabel.....	25
3.2. Pengukuran Validitas <i>confirmatory factor analysis</i>	26
4.1. Uji Validitas Variabel pemasaran hijau.....	32
4.2. Komunalitas Variabel pemasaran hijau.....	32
4.3. Uji Validitas Variabel Citra Merek.....	33
4.4. Komunalitas variabel Citra Merek.....	34
4.5. Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	34
4.6. Komunalitas variabel Keputusan Pembelian.....	35
4.7. Hasil Uji Reliabilitas.....	36
4.8. Analisis Descriptive Variabel Pemasaran Hijau.....	37
4.9. Analisis Descriptive Variabel Citra Merek.....	37
4.10. Analisis Descriptive Variabel Keputusan Pembelian.....	38
4.11. Distribusi Responden Berdasarkan Usia.....	38
4.12. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
4.13. Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan.....	39
4.14. Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	40
4.15. Uji Regresi Pemasaran Hijau terhadap Keputusan Pembelian... ..	41
4.16. Uji Regresi Pemasaran Hijau terhadap Citra Merek.....	42
4.17. Uji Regresi Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	43

DAFTAR GAMBAR

1.1. Pemanasan Global Sektor Ekonomi	1
2.1. Proses Keputusan Pembelian.....	12
2.2 Model Penelitian.....	20
3.1. Model Analisis Jalur.....	28
4.1. Model Analisis Jalur.....	44