

**ANALISIS PENGARUH *GREEN PRODUCT*, *GREEN PACKAGING*,
GREEN ADVERTISING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK SUSU UHT (ULTRA HIGH TEMPERATURE) ULTRA MILK
MELALUI PERSEPSI KONSUMEN**

(Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)

**AN ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF GREEN PRODUCT, GREEN
PACKAGING, GREEN ADVERTISING ON BUYING DECISION
TOWARD UHT (ULTRA HIGH TEMPERATURE) MILK OF ULTRA
MILK THROUGH CUSTOMER PERCEPTION**

(Case Study on Students of Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)



Oleh

**Puji Yuli Ratnasari
20140410088**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2018

**ANALISIS PENGARUH *GREEN PRODUCT*, *GREEN PACKAGING*,
GREEN ADVERTISING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK SUSU UHT (ULTRA HIGH TEMPERATURE) ULTRA MILK
MELALUI PERSEPSI KONSUMEN**
(Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)

**AN ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF GREEN PRODUCT, GREEN
PACKAGING, GREEN ADVERTISING ON BUYING DECISION
TOWARD UHT (ULTRA HIGH TEMPERATURE) MILK OF ULTRA
MILK THROUGH CUSTOMER PERCEPTION**

(Case Study on Students of Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)

SKRIPSI

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



Oleh

Puji Yuli Ratnasari
20140410088

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2017

Halaman Pengesahan Dosen Pembimbing

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH *GREEN PRODUCT*, *GREEN PACKAGING*,
GREEN ADVERTISING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK SUSU UHT (*ULTRA HIGH TEMPERATURE*) ULTRA MILK
MELALUI PERSEPSI KONSUMEN**

Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Diajukan oleh

PUJI YULI RATNASARI
201410410088

Telah disetujui oleh

Pembimbing

A blue ink signature of the supervisor, Hasnah Rimiati.

Hasnah Rimiati, SE., M.Si
NIK. 19621015198904 143 006

Tanggal 26 Desember 2017

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH *GREEN PRODUCT*, *GREEN PACKAGING*,
GREEN ADVERTISING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK SUSU UHT (*ULTRA HIGH TEMPERATURE*) ULTRA MILK
MELALUI PERSEPSI KONSUMEN**

(Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)

**AN ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF *GREEN PRODUCT*, *GREEN
PACKAGING*, *GREEN ADVERTISING* ON BUYING DECISION
TOWARD UHT (*ULTRA HIGH TEMPERATURE*) MILK OF ULTRA
MILK THROUGH CUSTOMER PERCEPTION**

(Study on Students of Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)

Diajukan oleh

**PUJI YULI RATNASARI
20140410088**

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

Tanggal 26 Januari 2018

Yang terdiri dari



Susanto, Drs., M.S., Dr

NIK: 195212231980031003

Ketua Tim Penguji



Meika Kurnia Puji RDA, S.E., M.Si., Ph.D

NIK: 19760513200004143071

Anggota Tim Penguji



Hasnah Rimiwati, SE., M.Si

NIK: 19621015198904143006

Anggota Tim Penguji

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Univeristas Muhammadiyah Yogyakarta



Rizal Yaya, SE., M.Sc., Ph.D., Ak., CA.

NIK: 19731218199904143068

Halaman Pernyataan

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Puji Yuli Ratnasari

Nomor Mahasiswa : 20140410088

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: **“ANALISIS PENGARUH *GREEN PRODUCT*, *GREEN PACKAGING*, *GREEN ADVERTISING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SUSU UHT (*ULTRA HIGH TEMPERATURE*) ULTRA MILK MELALUI PERSEPSI KONSUMEN (Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah 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 dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 01 Februari 2018



Puji Yuli Ratnasari

MOTTO

SAMI'NA WA ATHO'NA

“Kami Dengar dan Kami Taat”

“... Ingatlah, hanya dengan mengingat Allah-lah hati menjadi tenang.” (Q.S. Ar-Ra'd. 28)

“Ada sakit yang membuatmu menderita, Ada sakit yang membuatmu bahagia. Jangan kaget dengan sakit. Jangan kaget dengan penderitaan. Jangan kaget juga dengan kebahagiaan.”

- Emha Ainun Nadjib-

“Kebahagiaan tidak terletak pada kaya atau miskin, berharta atau tak mempunyai, djunjung atau dibuang, melainkan pada kecerdasan kita memaknai setiap keadaan dan pengalaman kita.”

- Emha Ainun Nadjib -

“Tidak ada seorang pun yang bisa menemanimu seumur hidup, maka kamu harus terbiasa dengan "kesendirian". Tidak ada seorang pun yang bisa membantumu seumur hidup, maka harus selalu berjuang”. - Jack Ma -

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan karya ini untuk:

Kedua orangtuaku Bapak Suparlan dan Ibu Solikatun

Kakakku satu - satunya Eli Suyanti

Ibu kedua bagiku bulik Yulia

Ibu ketiga bagiku budhe Sutikah

ABSTRACT

This research is aimed at analyzing the influence of green product, green packaging and green advertising on buying decision toward UHT (Ultra High Temperature) milk of Ultra Milk which is mediated by consumer perception.

This research used 120 samples taken through nonprobability sampling technique and purposive sampling technique, in condition that samples had purchased UHT Ultra Milk and are students of Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. The tool used in the analysis is Structural Equation Modelling (SEM) operated using AMOS program version 21.0.

Based on the analysis conducted, the result indicated that green product is proven to be significantly positive toward customer perception. Whereas green packaging and green advertising give significant negative influence toward customer perception on UHT Ultra Milk. Further, green product is proven to significantly give positive influence toward buying decision, green packaging and green advertising are not proven to significantly give any influence on buying decision toward UHT Ultra Milk.

Keyword: Green product, Green Packaging, Green Advertising, Buying Decision, Customer perception.

Packaging, Green Advertising, Keputusan Pembelian, Persepsi konsumen

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah Rabb atas segala Rahmat dan Karunia-Nya. sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul “**ANALISIS PENGARUH *GREEN PRODUCT, GREEN PACKAGING, GREEN ADVERTISING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SUSU UHT (ULTRA HIGH TEMPERATURE) ULTRA MILK MELALUI PERSEPSI KONSUMEN**”.

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 informasi dan menjadi rujukan dalam mengembangkan *green product*.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, doa, dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada

1. Bapak Dr. Rizal Yaya SE., M.Sc., Ak, CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Retno Widowati P.A., M.Si., Ph.D. selaku Ketua Prodi Manajemen Fakultas ekonomi dan Bisnis Universitas Muhamadiyah Yogyakarta.
3. Hasnah Rimiati, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi.
4. Segenap Dosen Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
5. Orang tua, saudara – saudara kami, atas segala doa dan dukungan selama ini.

Penulis menyadari skripsi ini masih banyak kekurangan. Penulis mengharapkan saran dan kritik sebagai penyempurna. Sehingga skripsi ini dapat memberikan banyak manfaat di bidang pendidikan serta bisa dikembangkan lebih lanjut. Aamiin.

Yogyakarta,

Puji Yuli Ratnasari

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	ii
Halaman Pengesahan Dosen Pembimbing.....	iii
KATA PENGANTAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Landasan Teori.....	10
1. Pengertian Produk	10
2. Pengertian kemasan.....	12
3. Iklan (<i>Advertising</i>).....	12
4. Persepsi Konsumen	13
5. Keputusan Pembelian	16
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	18
C. Hipotesis.....	19
BAB III METODE PENELITIAN	27
A. Objek / Subjek Penelitian.....	27
B. Jenis data	27
C. Teknik Pengambilan Sampel.....	28
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	29
F. Uji Kualitas Instrumen dan Data.....	32
G. Analisis Data dan Uji Hipotesis	32
A. Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian	37
1. Gambaran Objek Penelitian.....	37
2. Profil Responden	38
3. Karakteristik Responden	38

B. Uji Kualitas Instrumen dan Data.....	39
1. Uji Validitas	39
2. Uji Reliabilitas.....	40
3. Statistik Deskriptif.....	41
4. Hasil Penelitian.....	45
C. Hasil Penelitian (Uji Hipotesa)	55
D. Uji Intervening/Efek Mediasi.....	59
E. Pembahasan.....	60
A. Simpulan	63
B. Keterbatasan Penelitian.....	65
C. Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN.....	71

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Karakteristik Responden.....	38
Tabel 4.2	Hasil Uji Validitas Instrumen	40
Tabel 4.3	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	41
Tabel 4.4	Statistik Deskriptif Variabel <i>Green Product</i>	42
Tabel 4.5	Statistik Deskriptif Variabel <i>Green Packaging</i>	42
Tabel 4.6	Statistik Deskriptif Variabel <i>Green Advertising</i>	43
Tabel 4.7	Statistik Deskriptif Variabel Persepsi Konsumen.....	43
Tabel 4.8	Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	44
Tabel 4.9	Uji Normalitas.....	49
Tabel 4.10	Hasil Uji <i>Outliers</i>	50
Tabel 4.11	Hasil Uji <i>Goodness of Fit</i>	52
Tabel 4.12	Hasil Uji Hipotesis.....	55
Tabel 4.13	<i>Standardized Direct</i> dan <i>Indirect effect</i>	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Diagram Alur.....	46
Gambar 4.2 Persamaan Struktural.....	47