

**PENGARUH GREEN MARKETING TERHADAP CITRA MEREK DAN  
DAMPAKNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**  
**(Survei pada Konsumen *The Body Shop* di Yogyakarta)**

***THE INFLUENCE OF GREEN MARKETING ON BRAND IMAGE AND  
THE EFFECT TO PURCHASE DECISION***  
***(Survey on The Body Shop Customers in Yogyakarta)***

**SKRIPSI**

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



**Oleh:**

**MELFA WALANDA DOMPASA  
20130410075**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2019**

**SKRIPSI**

**PENGARUH GREEN MARKETING TERHADAP CITRA MEREK DAN  
DAMPAKNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**  
**(Survei pada Konsumen *The Body Shop* di Yogyakarta)**

**THE INFLUENCE OF GREEN MARKETING ON BRAND IMAGE AND  
THE EFFECT TO PURCHASE DECISION**

*(Survey on *The Body Shop* Customers in Yogyakarta)*



Telah disetujui Dosen Pembimbing  
Pembimbing

Retno Widowati Purnama Asri, M.Si. Ph.D  
NIK: 196304071991032001

Tanggal: 15 Mei 2019

## SKRIPSI

# PENGARUH GREEN MARKETING TERHADAP CITRA MEREK DAN DAMPAKNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei pada Konsumen *The Body Shop* di Yogyakarta)

## THE INFLUENCE OF GREEN MARKETING ON BRAND IMAGE AND THE EFFECT TO PURCHASE DECISION

(Survey on *The Body Shop* Customers in Yogyakarta)

Diajukan oleh:

MELFA WALANDA DOMPASA  
20130410075

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

Tanggal 15 Mei 2019

Yang terdiri dari

Dr. Indah Fatmawati, S.E., M.Si.  
Ketua Tim Penguji

Dr. Siti Dyah Handayani, S.E., MM.  
Anggota Tim Penguji

Retno Widowati P.A, M.Si, Ph.D  
Anggota Tim Penguji



## **HALAMAN PERNYATAAN**

Dengan ini saya,

Nama : Melfa Walanda Dompasa

Nomor mahasiswa : 20130410075

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: "**PENGARUH GREEN MARKETING TERHADAP CITRA MEREK DAN DAMPAKNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei pada Konsumen The Body Shop 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, 15 Mei 2019



Melfa Walanda Dompasa

## **HALAMAN MOTTO**

Boleh jadi kamu membenci sesuatu, padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi (pula) kamu menyukai sesuatu, padahal ia amat buruk bagimu, Allah mengetahui, sedang kamu tidak mengetahui (Q.S Al-Baqarah: 216)

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain (Q.S. Al-Insyirah: 6-7).

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

*Dengan segala kerendahan hati, ingin kupersembahkan sebuah karya kecil yang telah berhasil kuselesaikan ini kepada :*

Almamaterku tercinta Program Studi Manajemen dan Bisnis Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Secara khusus skripsi ini kupersembahkan kepada kedua orang tuaku terima kasih telah merawat, menjaga, membimbing, melindungi serta selalu mendoakan dan memberikan dukungan baik moril maupun materiil yang pastinya tidak ternilai dan tidak dapat terbayar oleh apapun.

Untuk para Dosen, baik pengajar, pembimbing akademik, pembimbing skripsi maupun penguji skripsi, terima kasih yang sebesar - besarnya atas ilmu, bimbingan, kritik, saran, masukan dan lain sebagainya guna menjadikan penulis pribadi yang lebih baik di masa depan.

## **KATA PENGANTAR**

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmat dalam penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Green Marketing terhadap Citra Merek dan Dampaknya terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen The Body Shop Yogyakarta”.

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 terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Rizal Yaya, SE., M.Sc., Ph.D., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Retno Widowati, PA., M.Si., Ph.D. Selaku Ketua Program Studi Manajemen dan Pembimbing Skripsi yang telah memberikan petunjuk, bimbingan, kemudahan dan kesabaran yang luar biasa selama penulis menyelesaikan studi.

Yogyakarta, 15 Mei 2019

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
HALAMAN PERNYATAAN.....	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vii
INTISARI.....	viii
ABSTRAK .....	ix
KATA PENGANTAR .....	x
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar belakang Penelitian .....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian .....	7
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Manfaat Penelitian .....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	10
A. Landasan Teori .....	10
B. Hasil Penelitian Terdahulu .....	14
C. Pengembangan Hipotesis .....	17
D. Model Penelitian.....	22
BAB III METODE PENELITIAN .....	24

A. Objek dan Subjek Penelitian .....	24
B. Jenis Data .....	24
C. Teknik Pengambilan Sampel.....	25
D. Teknik Pengumpulan Data.....	26
E. Definisi Operasional Variabel.....	27
F. Uji Kualitas Instrumen .....	30
1. Uji Validitas .....	30
2. Uji Reliabilitas .....	31
G. Analisis Data dan Uji Hipotesis .....	31
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>35</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	35
B. Karakteristik Demografi Responden .....	36
C. Uji Kualitas Instrumen dan Data .....	41
1. Uji Validitas .....	41
2. Uji Reliabilitas .....	42
D. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis).....	43
E. Pembahasan.....	52
<b>BAB V SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN .....</b>	<b>56</b>
A. Simpulan .....	56
B. Saran .....	56
C. Keterbatasan Penelitian.....	56
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>59</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>62</b>

## DAFTAR TABEL

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian .....	2
Gambar 2.2 Model Penelitian.....	2
Gambar 4.1 Model Analisis Jalur .....	50

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian .....	61
Lampiran 2: Uji Kualitas Instrumen .....	66
Lampiran 3: Frekuensi Karakteristik Demografi Responden .....	69
Lampiran 4: Analisis Regresi .....	71