

**ANALISIS PENGARUH GREEN MARKETING TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PRODUK
PT.UNILEVER Tbk**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh:

UMI OKTAVIA
NIM : B 100 090 072

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2013**

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca Skripsi dengan judul :

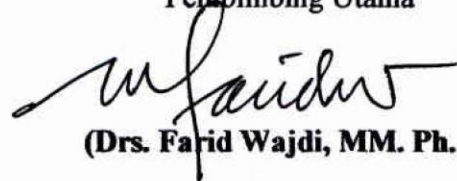
**“ANALISIS PENGARUH GREEN MARKETING TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PRODUK PT. UNILEVER
Tbk”**

Disusun Oleh :

UMI OKTAVIA
B. 100 090 072

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat
untuk diterima.

Surakarta, Juli 2013
Pembimbing Utama



(Drs. Farid Wajdi, MM. Ph. D)

Mengetahui,
Dean Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. Priyono, S. E., M.si)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS

Jl. A Yani Tromol Pos 1, Pabelan Kartasura 57102 Ph.: (0271) 717417 Eks.211 Surakarta

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

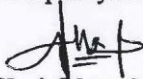
Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Umi Oktavia
NIRM : 09.6.106.02016.5000072
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH GREEN MARKETING
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN PRODUK PT. UNILEVER Tbk**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, Juli 2013

Yang membuat pernyataan


Umi Oktavia

MOTTO

"Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kami telah selesai dari suatu urusan kerjakanlah dengan sungguh-sungguh urusan yang lain, dan hanya kepada Allah kamu berharap"

< QS. Al Insyirah : 6-8 >

"Sedikit pengetahuan disertai tindakan adalah lebih berharga daripada banyak pengetahuan namun tak ada tindakan apapun"

< Kahlil Gibran >

"Hadapi kesibukan dengan ketenangan, tekanan dengan kedewasaan, tantangan dengan optimisme"

< Merry Riana >

"Jadi Diri Sendiri, Cari Jati Diri, dan Dapatkan Hidup Yang Mandiri Optimis, Karena hidup terus mengalir dan kehidupan terus berputar sesekali liat ke belakang untuk melanjutkan perjalanan yang tiada berujung"

< Mario Teguh >

"Tidak ada pengorbanan yang sia-sia, jika kita bisa mengambil hikmah dari setiap langkahnya"

< Penulis >

PERSEMBAHAN

Sebagai wujud rasa syukur kepada Allah SWT dan terima kasih atas segala rahmat-Nya yang telah Ia berikan, akan kupersembahkan karya sederhana ini dengan tulus kepada :

❖ Ayah dan Ibunda tercinta yang tidak pernah berhenti memberikan doa restu yang tiada henti demi masa depan anaknya agar berhasil baik di dunia maupun akhirat, yang selalu mencurahkan kasih sayang, cinta kasih, pengorbanan, semangat serta dukungan, dan selalu memberikan yang terbaik untukku.

❖ Kakak-Kakakku terima kasih atas do'a, dukungan, nasihat dan kasih sayang yang kalian berikan.

❖ *To all my lovely friends* yang tidak dapat aku sebutkan satu persatu, terima kasih kawan atas doa dan dukungannya yang selalu kalian berikan kepadaku, semoga kita selalu bersama disaat sedih maupun senang, kita untuk selamanya.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan syukur Alhamdulillah kehadiran Allah SWT atas rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Analisis Pengaruh Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk PT. Unilever Tbk”**. Skripsi ini disusun dengan tujuan untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan Studi S-1 dan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, tidak sedikit kesulitan yang ditemui oleh penulis karena keterbatasan ilmu dan pengetahuan yang di miliki penulis. Sehingga dalam mencari solusinya penulis membutuhkan bantuan dari beberapa pihak, untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Triyono, S. E., M. Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Drs. Agus Muqorobin, M. M., Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

3. Drs. Farid Wajdi, MM. Ph. D., selaku Dosen Pembimbing Utama yang senantiasa dengan penuh kesabaran memberikan bimbingan, arahan dan nasehat kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Kussudyarsana, SE, M. Si., beliau selaku Pembimbing Akademik yang selalu membimbing dan mengarahkan penulis selama menempuh studi.
5. Ayah dan Ibunda tercinta beserta kakakku yang dengan tulus memberikan bimbingan, arahan, kasih sayang, cinta kasih, kepercayaan, perhatiannya, dorongan, semangat dan do'a restu yang terucap untuk penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan dan skripsinya.
6. Para Dosen dan Staf pengajar di lingkungan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta atas materi yang selama ini diberikan kepada penulis.
7. Para karyawan dan staf tata usaha di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta atas kemudahan layanan administrasinya.
8. Responden yang telah membantu menjawab kuesioner yang saya berikan.
9. Teman-teman Progdil Manajemen FEB UMS angkatan 2009, khususnya kelas C atas dorongan dan kerjasamanya selama ini.

10. Semua pihak yang telah terlibat dan membantu dalam penyelesaian penulisan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, hanya ucapan terima kasih yang dapat penulis sampaikan.

Semoga semua bentuk bantuan dan amal baik Bapak/Ibu/Saudara semua dapat diterima Allah SWT dan mendapat balasan sebaik mungkin, Amin. Akhirnya, penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan baik yang disengaja maupun yang tidak disengaja serta jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak untuk menyempurnakan penulisan-penulisan di kemudian hari. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya serta bagi para pembaca.

Wassalamu'alaikumWr. Wb

Surakarta, Juli 2013

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Amin' with a stylized flourish at the end.

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
E. Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori	8
1. Konsep Pemasaran	8
2. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	10
3. Keputusan Pembelian	13
4. Green Marketing	14
B. Penelitian Terdahulu	18
C. Kerangka Pemikiran	19
D. Hipotesis	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	21
B. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	21
C. Data dan Sumber Data	22

	D. Metode Pengumpulan Data	23
	E. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	23
	F. Pengujian Instrumen Penelitian	26
	G. Metode Analisis Data	27
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	
	A. Deskripsi Responden	37
	B. Deskripsi Data	38
	C. Pengujian Instrumen Penelitian	40
	D. Analisis Regresi Linier Berganda	42
	E. Uji Hipotesis	45
	F. Uji Asumsi Klasik	47
BAB V	PENUTUP	
	A. Kesimpulan	51
	B. Keterbatasan Penelitian	53
	C. Saran	54
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN-LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel III.2 Definisi Operasional Variabel.....	25
Tabel IV. 1 Deskripsi Responden	39
Tabel IV. 2 Deskripsi Data	40
Tabel IV. 3 Deskripsi Statistik	41
Tabel IV. 4 Hasil Uji Validitas	42
Tabel IV. 5 Hasil Uji Reliabilitas	44
Tabel IV. 6 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	45
Tabel IV. 7 Hasil Uji F.....	48
Tabel IV. 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	48
Tabel IV. 9 Hasil Uji Normalitas	50
Tabel IV. 10 Hasil Uji Multikolinieritas	51
Tabel IV. 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Kerangka Pemikiran	19
--------------------------------------	----

ABSTRAKSI

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh dari *Biodegradable, Recyclable, Source Reduction, OzoneSafe and OzoneFriendly*, dan *Reuse* terhadap keputusan pembelian produk PT. Unilever. Tbk. Sampel penelitian ini adalah 100 orang responden. Pemilihan sample menggunakan *quota sampling* dan jenis data yang digunakan adalah data primer. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel-variabel *Biodegradable, Recyclable, Source Reduction, OzoneSafe and OzoneFriendly*, dan *Reuse* berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian. Artinya *Biodegradable, Recyclable, Source Reduction, OzoneSafe and OzoneFriendly*, dan *Reuse* meningkatkan menaikkan keputusan pembelian. Hasil penelitian menunjukkan 38,1 % variasi variable keputusan pembelian dijelaskan oleh variable *Biodegradable, Recyclable, Source Reduction, OzoneSafe and OzoneFriendly*, dan *Reuse*. Sedangkan sisanya sebesar 61,9 % variasi variable keputusan pembelian yang dijelaskan oleh faktor lain diluar model.

Kata Kunci : *Biodegradable, Recyclable, Source Reduction, OzoneSafe and OzoneFriendly, Reuse* dan Keputusan Pembelian