

SKRIPSI

PENGARUH *GREEN PRODUCT* DAN *GREEN ADVERTISING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINERAL MEREK AQUA (STUDI PADA MASYARAKAT DESA RAMBAH TENGAH UTARA KABUPATEN ROKAN HULU)

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Mengikuti Ujian Akhir Komprehensif Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian*



OLEH :

**SULASTRI
NIM : 1725112**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PASIR PENGARAIAN
TAHUN 2022**

HALAMAN PENGESAHAN

NAMA : SULASTRI
NIM : 1725112
JUDUL PENELITIAN : PENGARUH *GREEN PRODUCT* DAN *GREEN ADVERTISING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINERAL MEREK AQUA (STUDI PADA MASYARAKAT DESA RAMBAH TENGAH UTARA KABUPATEN ROKAN HULU)

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan pada Ujian Akhir Komprehensif Program Studi Manajemen pada hari Jum'at, 17 September 2021 dan telah dilakukan perbaikan sesuai dengan simpulan dan saran Tim Penguji.

Pasir Pengaraian, 04 Oktober 2021

Pembimbing I

YULFITIA ANI, SE., MM
NIDN. 1024097802

Pembimbing II

NURUL HIDAYATI, M.Si
NIDN. 1005118901

Penguji Ujian Akhir Komprehensif

Penguji I

SUDARMAN, MM
NIDN. 1004049301

Penguji II

SHERLIYANA ANGGRAINI, M.Si
NIDN. 1028069201

Penguji III

AKMAL YUSUF, MM
NIDN. 1004119201

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian



ARRAFIQUR RAHMAN, SE., MM
NIDN. 1018108502

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : SULASTRI
Nomor Mahasiswa : 1725112
Program Studi : MANAJEMEN
Judul Skripsi : PENGARUH *GREEN PRODUCT* DAN *GREEN ADVERTISING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINERAL MEREK AQUA (STUDI PADA MASYARAKAT DESA RAMBAH TENGAH UTARA KABUPATEN ROKAN HULU)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri dan sepanjang pengetahuan dan keyakinan saya tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan serta tidak juga terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan / atau diterbitkan oleh orang lain. Kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari ditemukan unsur plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh karena skripsi saya ini, serta sanksi lainnya sesuai norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Pasir Pengaraian, 05 Agustus 2021
Yang Membuat Pernyataan



Sulastri
SULASTRI

ABSTRAK

SULASTRI. NIM: 1725112. 2021. PENGARUH *GREEN PRODUCT* DAN *GREEN ADVERTISING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINERAL MEREK AQUA (STUDI PADA MASYARAKAT DESA RAMBAH TENGAH UTARA KABUPATEN ROKAN HULU). PEMBIMBING I: YULFITA AINI, SE., MM DAN PEMBIMBING II: NURUL HIDAYATI, SE., M.SI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: *green product* dan *green advertising* secara simultan terhadap keputusan pembelian air mineral merek aqua. Populasi penelitian ini adalah semua masyarakat Desa Rambah Tengah Utara Kabupaten Rokan Hulu. Teknik penentuan sampel menggunakan teknik *sampling aksidental* dengan responden sejumlah 100 responden. Variabel bebas dalam penelitian ini *green product* (X1), *green advertising* (X2) dan variabel terikat keputusan pembelian (Y). Metode pengumpulan data menggunakan penelitian lapangan dan penelitian kepustakaan. Penelitian lapangan terdiri dari observasi, kuesioner dan wawancara. Uji keandalan instrument meliputi uji validitas dan uji realibilitas, uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolonieritas dan uji heteroskedastisitas. Analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda diperoleh persamaan regresi $Y = 2,686 + 0,677 + 0,400$. Secara parsial, diperoleh t-hitung *green product* 14,473 dan *green advertising* 5,418. Secara simultan, diperoleh F-hitung 1675,987. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 97,2% keputusan pembelian dipengaruhi oleh *green product* dan *green advertising*, sedangkan sisanya 2,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Kesimpulan dari penelitian ini berdasarkan hasil pengujian secara parsial maupaun secara simultan *green product* dan *green advertising* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: *green product*, *green advertising*, *keputusan pembelian*

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Puji syukur penulis ucapkan kehadirat Allah Shubhanallah wa taala yang telah memberikan rahmat, hidayah serta kekuatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Terwujudnya skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang telah mendorong dan membimbing penulis, baik tenaga, ide-ide maupun pemikiran. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Hardianto, M.Pd selaku Rektor Universitas Pasir Pengaraian.
2. Bapak Arrafiqur Rahman, SE., MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian.
3. Bapak Purwantoro, SE., M.Si selaku Ketua Prodi Manajemen Universitas Pasir Pengaraian.
4. Ibu Yulfita Aini, SE., MM selaku pembimbing I yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis sampai dengan selesainya pembuatan skripsi ini.
5. Ibu Nurul Hidayati, SE., M.Si selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis sampai dengan selesainya pembuatan skripsi ini.
6. Dosen-dosen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian yang telah banyak melimpahkan ilmunya kepada penulis selama penulis menimba ilmu di Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian.

7. Pimpinan beserta seluruh masyarakat Desa Rambah Tengah Utara yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Serta seluruh responden yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Kepada Kedua Orang Tua, saudara/saudari penulis yang selalu memberikan Do'a dan semangat untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu kritik saran yang membangun dari berbagai pihak sangat penulis harapkan demi perbaikan-perbaikan kedepan. Semoga segala bantuan yang tidak ternilai harganya ini mendapat imbalan di sisi Allah Shubhanallah wa taalaamal ibadah, Amin.

Pasir Pengaraian, Agustus 2021

Penulis

SULASTRI
NIM : 1725112

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN PENGESAHAN

KETRENGAN TIDAK PLAGIAT

ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Penulisan	7
BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS	
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 <i>Green Product</i>	8
2.1.1.1 Karakteristik <i>Green Product</i>	9
2.1.1.2 Indikator <i>Green Product</i>	11
2.1.1 <i>Green Advertising</i>	14
2.1.2.1 Indikator <i>Green Advertising</i>	15
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	17
2.1.3.1 Tahapan Keputusan Pembelian	18
2.1.3.2 Faktor yang Mempengaruhi Komitmen Organisasi.....	20
2.1.3.3 Indikator Komitmen Organisasi.....	23
2.1.4 Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	25
2.2 Kerangka Konseptual	26
2.3 Hipotesis	27
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Ruang Lingkup Penelitian	28
3.2 Populasi dan Sampel	28

3.3	Jenis dan Sumber Data	29
3.4	Teknik Pengumpulan Data	30
3.5	Defenisi Operasional Variabel Penelitian	31
3.6	Instrumen Penelitian	32
3.7	Teknik Analisis Data	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	38
4.1.1	Sejarah Tempat Penelitian.....	38
4.1.2	Visi dan Misi.....	39
4.1.3	Struktur Organisasi dan Deskripsi Tugas.....	40
4.2	Karakteristik Responden.....	43
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	43
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	44
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Mengonsumsi Produk Aqua.....	45
4.2.5	Pengujian Instrumen Penelitian.....	46
4.2.5.1	Uji Validitas.....	46
4.2.5.2	Uji Reliabilitas.....	47
4.3	Analisis Data.....	48
4.3.1	Analisis Deskriptif.....	48
4.3.2	Uji Asumsi Klasik.....	52
4.3.2.1	Uji Normalitas	52
4.3.2.2	Uji Multikolinearitas.....	53
4.3.2.3	Uji Heteroskedasitas.....	53
4.3.3	Regresi Linier Berganda.....	54
4.3.4	Koefisien Determinasi.....	56
4.3.5	Pengujian Hipotesis.....	56
4.3.5.1	Uji t (Pengujian Secara Parsial).....	56

4.3.5.2 Uji F (Pengujian Bersama-sama).....	57
4.4 Pembahasan.....	58
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	61
5.2 Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Jumlah Penduduk Desa Rambah Tengah Utara.....	5

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 3.1	Operasional Variabel Penelitian.....	32
Tabel 3.2	Penilaian Skor Terhadap Jawaban Kuesioner.....	33
Tabel 3.3	Pedoman untuk Memberikan Kriteria TCR.....	34
Tabel 4.1	Responden Berdasarkan Umur.....	43
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	44
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Mengonsumsi Produk Aqua.....	45
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas	46
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Y.....	47
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabelitas.....	48
Tabel 4.8	Hasil TCR <i>Green Product</i>	48
Tabel 4.9	TCR <i>Green Advertising</i>	50
Tabel 4.10	Hasil TCR Keputusan Pembelian.....	51
Tabel 4.11	Hasil Uji Multikoloniaritas.....	53
Tabel 4.12	Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	55
Tabel 4.13	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	56
Tabel 4.14	Hasil Uji T Secara Parsial.....	57
Tabel 4.15	Hasil Uji F Secara Simultan.....	58

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	26
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Pemerintahan Desa Rambah Tengah Utara.....	51
Gambar 4.2 P-Plot Uji Normalitas	52
Gambar 4.3 <i>Scaterr Plot</i> Uji Heteroskedasitas.....	54