

**SKRIPSI**

**PENGARUH *GREEN MARKETING* DAN *BRAND IMAGE*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK WARDAH  
STUDY PADA BUDI WIJAYA KOSMETIK  
PASIR PENGARAIAN**

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Guna Mengikuti Ujian Comprehensive Sarjana Pada Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian*



**Oleh:**

**RAHMAD ADE SAPUTRA**

**NIM 1325050**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN/S-1**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS PASIR PENGARAIAN  
2019**

**HALAMAN PENGESAHAN**

NAMA : RAHMAD ADE SAPUTRA

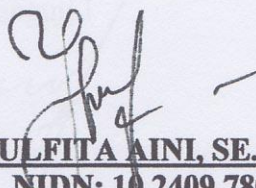
NIM : 1325050

JUDUL PENELITIAN : PENGARUH *GREEN MARKETING* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK WARDAH STUDY PADA BUDI WIJAYA KOSMETIK PASIR PANGARAIAN

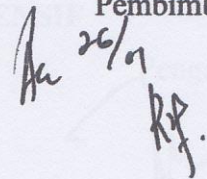
Telah diperiksa oleh pembimbing 1 dan pembimbing 2, dan dinyatakan telah layak diajukan pada Ujian Akhir Komprehensif Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian.

Pasir Pengaraian, 25 Januari 2019

Pembimbing I

  
**YULFITA AINI, SE.,MM**  
NIDN: 10 2409 7802

Pembimbing II

  
**HIDAYAT, SE.,MM**  
NIDN: 10 27058603

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Manajemen  
Universitas Pasir Pengaraian

  
**PURWANTORO, SE.,MM**  
NIDN: 1030049001

## HALAMAN PENGESAHAN

NAMA : RAHMAD ADE SAPUTRA  
NIM : 1325050  
JUDUL PENELITIAN : PENGARUH *GREEN MARKETING* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK WARDAH STUDY PADA BUDI WIJAYA KOSMETIK PASIR PANGARAIAN

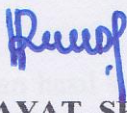
Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan pada Ujian Komprehensif Program Studi Manajemen pada hari senin, 18 februari 2019 dan telah dilakukan perbaikan sesuai dengan kesimpulan dan saran Tim penguji.

Pasir Pengaraian, 18 Februari 2019

Pembimbing I

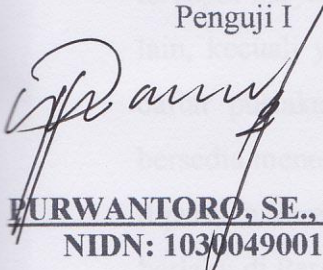
  
YULFITA AINI, SE., MM  
NIDN: 1024097802

Pembimbing II

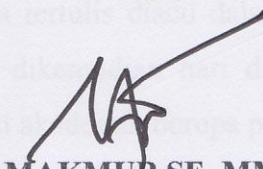
  
HIDAYAT, SE., MM  
NIDN: 1027058603

## PENGUJI UJIAN KOMPREHENSIF

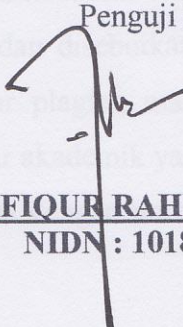
Penguji I

  
PURWANTORO, SE., MM  
NIDN: 1030049001

Penguji II

  
MAKMUR, SE., MMA  
NIDN : 1010038001

Penguji III

  
ARRAFIQR RAHMAN, SE., MM  
NIDN : 1018108502

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi Pasir Pengaraian

  
ARRAFIQR RAHMAN, SE., MM  
NIDN : 1018108502

## PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : RAHMAD ADE SAPUTRA  
Nomor Mahasiswa : 1325050  
Program Studi : Manajemen / S-1  
Judul Skripsi : PENGARUH GREEN MARKETING DAN BRAND  
IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
TERHADAP PRODUK WARDAH STUDY PADA  
BUDI WIJAYA KOSMETIK PASIR PENGARAIAN.

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 juga tidak 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 dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Pasir Pengaraian, 14 Januari 2019

Yang Membuat Pernyataan



(RAHMAD ADE SAPUTRA)

## ABSTRAK

**Rahmad Ade Saputra. 1325050. 2018. Pengaruh *Green Marketing* Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah (Studi Pada Konsumen BUDI WIJAYA KOSMETIK Pasir Pengaraian) Pembimbing Utama : Yulfita' Aini,SE.MM Dan Pembimbing Kedua Hidayat,SE.MM**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Green Marketing* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah. Jumlah populasi 1882 dari data penjualan tahun 2017 yang membeli produk Wardah dan jumlah sampel 55 dengan tehnik pengumpulan sampel *accidental sampling*. Dalam penelitian ini data yang di gunakan adalah data primer dan data sekunder. Metode analisis yang di gunakan adalah analisis data deskriptif yaitu untuk memberikan deskripsi mengenai objek yang diteliti untuk menguji hipotesis. Dari hasil uji regresi linier berganda didapat persamaan  $Y = 40,212 + 0,179X_1 + 0,059X_2$ . Secara simultan signifikan (0.000) karena probabilitasnya lebih kecil dari 0,05. Maka model regresi dapat di gunakan untuk memprediksi keputusan pembelian (Y). *Green Marketing* ( $X_1$ ) dan *Brand Image* ( $X_2$ ) secara simultan mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi F sebesar  $0,001 < 0,05$ .

**Kata Kunci : *Green Marketin* Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian.**

## KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis mengucapkan Syukur dan terima kasih kepada Allah SWT, yang telah memberikan anugerah dan kesehatan sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang dapat menyempurnakan skripsi ini, sehingga dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membutuhkan akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul ***“Pengaruh Green Marketing Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Study Pada Budi Wijaya Kosmetik Pasir Pengaraian”***

Dengan selesainya skripsi ini, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Adolf Bastian, M. Pd Rektor Universitas Pasir Pengaraian yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menuntut ilmu pada Universitas Pasir Pengaraian.
2. Bapak Arrafiqur Rahman,SE.,MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian.
3. Bapak Purwantoro,SE.,MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Pasir Pengaraian.
4. Ibu Yulfita’Aini,SE.MM sebagai pembimbing I yang mengarahkan penulis dalam menyusun skripsi ini.

5. Bapak Hidayat,SE.,MM sebagai pembimbing II yang juga mengarahkan penulis dalam menyusun skripsi ini.
6. Orang tua penulis yang selalu memberikan dukungan dan semangat untuk penulis.
7. Teman–teman seperjuangan yang saling memberikan motivasi dalam pembuatan skripsi ini.
8. Semua pihak yang tidak mungkin penulis sebut satu persatu, yang telah memberikan informasi berkaitan dengan penelitian ini.

Tentu saja, penulis mengucapkan terima kasih yang setulus hati kepada mereka. Penulis juga menyampaikan rasa terimakasih kepada keluarga penulis dan juga kepada seluruh rekan-rekan se-angkatan yang ikut mendukung penyusunan Skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap agar Skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pemerintah, peneliti lain dan semua pihak yang berkepentingan dalam mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya dibidang pendidikan manajemen.

Pasir Pengaraian, Januari 2019

RAHMAD ADE SAPUTRA  
NIM.1325050

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>COVER</b>	
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN PLAGIAT .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
1.5 Sistematika Penulisan .....	8
<b>BAB II : LANDASAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS</b>	
2.1 Landasan Teori .....	10
1. <i>Green Marketing</i> .....	9
2. <i>Brand Image</i> .....	18
3. Keputusan Pembelian.....	20
2.2 Kerangka Konseptual .....	23
2.3 Hipotesis .....	23
<b>BAB III : METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Ruang Lingkup Penelitian .....	25
3.2 Populasi dan Sampel.....	25
3.3 Jenis dan Sumber data .....	26
3.4 Teknik Pengambilan Data .....	27
3.5 Definisi Operasional .....	28
3.6 Instrument Penelitian.....	29
3.7 Teknik Analisis Data .....	29
1. Analisis Regresi Linier Berganda .....	30
2. TCR.....	31
3. Pengujian Intrumen Penelitian.....	31
a. Uji Validitas .....	31



b. Uji Reabilitas .....	31
4. Uji Asumsi Klasik.....	32
a. Uji Normalitas.....	32
b. Uji Heterokedastitas.....	32
c. Uji Multikolonearitas.....	33
5. Pengujian Hipotesis .....	33
a. Uji t.....	33
b. Uji F .....	33
c. Uji Koefisien Determinasi .....	34

#### **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	35
1. Sejarah Berdirinya Perusahaan.....	35
2. Struktur Organisasi .....	36
4.2 Analisis Data .....	37
1. Karakteristik Responden .....	37
a. Jenis Kelamin Responden.....	37
b. Usia Responden.....	38
c. Pekerjaan Responden .....	38
d. Responden Yang Sudah Pernah Membeli Wardah.....	39
2. Analisis Deskriptif .....	40
a. <i>Green Marketing</i> .....	40
b. <i>Brand Image</i> .....	42
c. Keputusan Pembelian.....	44
4.3 Uji Validitas Dan Reliabelitas .....	46
a. Uji Validitas .....	46
b. Uji Reabilitas.....	48
4.4 Uji Asumsi Klasik .....	49
1. Uji Normalitas.....	49
2. Uji Multikolonieritas.....	50
3. Uji Heterokedastisitas .....	50
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda.....	51
4.6 Determinasi.....	52
4.7 Uji Hipotesis .....	53
1. Uji t.....	53
2. Uji F.....	54
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian .....	55

#### **BAB V : PENUTUP**

5.1 Kesimpulan .....	62
5.2 Saran .....	63

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Penjualan Produk Warnah .....	6
Tabel 3.1 Variabel, Dimensi Konsep dan Indikator.....	28
Tabel 3.2 Skala Pengukuran Model Likert Scale.....	29
Tabel 3.3 Tabel Tingkat Capaian Responden .....	31
Tabel 4.1 Responden Menurut Jenis Kelamin .....	37
Table 4.2 Responden Menurut Usia.....	38
Table 4.3 Responden Menurut Pekerjaan .....	38
Table 4.4 Responden Pernah Membeli Dalam 1 Tahun Terahir.....	39
Table 4.5 Analisis Pernyataan Responden Variabel <i>Green Marketing</i> .....	40
Table 4.6 Analisis Pernyataan Responden Variabel <i>Brand Image</i> .....	42
Table 4.7 Analisis Pernyataan Responden Variabel Keputusan Pembelian ....	44
Table 4.8 Validitas Variabel <i>Green Marketing</i> .....	47
Table 4.9 Validitas Variabel <i>Brand Image</i> .....	47
Table 4.10 validitas Variabel Keputusan Pebelian .....	48
Table 4.11 Uji Reabilitas X1,X2 Dan Y .....	49
Table 4.12 Hasil Uji Normalitas .....	49
Table 4.13 Hasil Multikolinieritas .....	50
Table 4.14 Analisis Regresi Linier Berganda .....	51
Table 4.15 Hasil Uji Determinasi R <sup>2</sup> .....	52
Table 4.16 Hasil Uji t.....	53
Table 4.17 Hasil Uji F.....	54

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 1.1 Perkembangan Pasar Industri Kosmetik Indonesia .....	4
Gambar 1.2 <i>Market Share</i> Perusahaan Kosmetik di Indonesia.....	5
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	23
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	36
Gambar 4.2 Hasil Uji Heterodastisitas .....	50