

**PENGARUH *GREEN MARKETING* DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK KECANTIKAN
(STUDI PADA PENGGUNA MEREK LOVE BEAUTY AND PLANET
DI KOTA SURABAYA)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen**



Diajukan Oleh

MARGARETHA METALIA SUARLIAK

NPM : 18420185

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

2023

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Margareta Metalia Suarliak
NPM : 18420185
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Universitas : Wijaya Kusuma Surabaya

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah skripsi dengan judul **"PENGARUH *GREEN MARKETING* DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK KECANTIKAN (STUDI PADA PENGGUNA MEREK LOVE BEAUTY AND PLANET DI KOTA SURABAYA)"** bahwa ini merupakan hasil karya saya sendiri dan sebagian persamaan karya orang lain yang telah saya cantumkan dalam kepustakaan sebagaimana mestinya. Jika di kemudian hari terdapat sanggahan dari pernyataan saya ini, maka saya siap menanggung akibat sesuai dengan peraturan dan perundang-undangan yang berlaku.

Surabaya, 08 September 2023

Yang menyatakan



Margareta Metalia Suarliak

NPM: 18420185

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**PENGARUH *GREEN MARKETING* DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK KECANTIKAN
(STUDI PADA PENGGUNA MEREK LOVE BEAUTY AND PLANET
DI KOTA SURABAYA)**


Diajukan oleh

MARGARETA METALIA SUARLIAK

NPM: 18420185

**TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH DOSEN
PEMBIMBING**

DOSEN PEMBIMBING



Djojo Dihadjo, SE.,MM.,M.Ak

Tanggal, 2 Agustus 2023

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. Adrianto Trimarjono, SE.,MM.

Tanggal, 2 Agustus 2023

SKRIPSI
**PENGARUH *GREEN MARKETING* DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK KECANTIKAN
(STUDI PADA PENGGUNA MEREK LOVE BEAUTY AND PLANET
DI KOTA SURABAYA)**

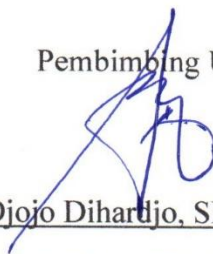
Dipersiapkan dan disusun oleh :

MARGARETA METALIA SUARLIAK

NPM: 18420185

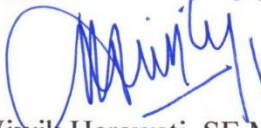
Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama


(Djojo Dihadjo, SE.,MM.,M.Ak)

NIDN : 0708117001

Anggota Dewan Penguji Lain


(Wiwik Herawati, SE.MM)

NIDN: 0704036701


(Dewi Nuraini, SE.,M.SM)

NIDN: 0726088205

Skripsi Ini Telah Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen

Tanggal, 20 Juli 2023


(Dr. Adrianto Trimarjono, SE., MM.)

NIDN: 0731057104

Ketua Program Studi

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena limpahan kasih dan rahmat-Nya sehingga memberikan kemudahan bagi penulis untuk mampu menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul **"PENGARUH *GREEN MARKETING* DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK KECANTIKAN (STUDI PADA PENGGUNA MEREK LOVE BEAUTY AND PLANET DI KOTA SURABAYA).**

Adapun tujuan dari penyusunan skripsi ini adalah dalam rangka memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen UniversitasWijaya Kusuma Surabaya.

Untuk itu dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan banyak terima kasih yang tulus atas semua bimbingan dan bantuan serta kesempatan yang diberikan dalam penyusunan skripsi ini khususnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof.Dr.dr.H.Widodo Ario Kentjono, Sp. THT-KL (K), FICS. Selaku rektor yang telah berjasa dan memberikan kontribusi yang terbaik terhadap Universitas Wijaya Kusuma Surabaya
2. Bapak Drs. Ec. Gimanto Gunawan, MM.,M.Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis karena dedikasi dan pengabdianya sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan skripsi ini.

3. Bapak Djojo Dihadjo, SE.,MM.,M.Ak selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan masukan selama proses penyusunan skripsi.
4. Ibu Dr.Siti Djamilah,SE.,M.Si selaku dosen wali akademik yang telah banyak memberikan bimbingan, bantuan, dan arahan kepada penulis sejak awal perkuliahan di Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
5. Kedua orang tua yang penulis cintai dan kasihi yang selalu memberikan motivasi dan doa sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan lancar.
6. Kakak-kakakku yang tersayang yaitu kakak Desiana Agatha Suarliak, kakak Ferio Melkior Suarliak, kakak Imroathus Solikhah Al Khudria , kakak Faleria Afarik Tokndekut , kakak Dita Praditha , kakak Nova Loi, kakak Gina Tokndekut dan kakak Triwin atas support dan bantuannya selama penyusunan skripsi ini berlangsung.
7. Sahabat dan teman-teman yaitu Diva, Amel, Tia, Ajeng, Fajar, Fika, Dita, Joseph, Maysi, Mira dan Vitriani selama masa perkuliahan penulis mengucapkan terima kasih atas dukungan dan doa serta canda tawa selama masa perkuliahan.
8. Untuk Idola penulis yaitu Kim Namjoon, Kim Seokjin, Min Yoongi, Jung Hoseok, Park Jimin, Kim Taehyung dan Jeon Jungkook terima kasih karena selalu menjadi motivasi dan penyemangat dalam mengejar cita-cita penulis.

9. Untuk para staff Universitas Wijaya Kusuma yang telah membantu melancarkan penyusunan skripsi dari penulis.
10. Semua pihak yang membantu baik secara langsung ataupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan tepat waktu.

Besar harapan penulis agar skripsi ini dapat berguna bagi mahasiswa lain sebagai acuan penulisan skripsi di masa mendatang. Penulis sangat menyadari dan memahami bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan saran dan kritik untuk membangun demi penulisan skripsi yang lebih baik di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Surabaya, 20 Juli 2023.

Margareta Metalia Suarliak

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK	xv
<i>ABSTRACT</i>	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3. Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.5 Sistematika Skripsi	12
BAB II TELAAH PUSTAKA	14
2.1 Landasan Teori	14
2.1.1 Pemasaran.....	14

2.1.2 <i>Green Marketing</i>	14
2.1.2.1 Pengertian <i>Green Marketing</i>	14
2.1.2.2 Tujuan <i>Green Marketing</i>	16
2.1.2.3 Komponen <i>Green Marketing</i>	16
2.1.2.4 <i>Green Marketing Mix</i>	17
2.1.2.5 <i>Green Marketing Tools</i>	19
2.1.2. Indikator <i>Green Marketing</i>	20
2.1.3 Citra Merek.....	22
2.1.3. Pengertian Citra Merek.....	22
2.1.3. Manfaat Citra Merek.....	22
2.1.3.3 Indikator Citra Merek.....	23
2.1.3.4 Aspek-Aspek Pengukuran Citra Merek.....	24
2.1.4 Perilaku Konsumen.....	24
2.1.5 Keputusan Pembelian.....	26
2.1.5. Pengertian Keputusan Pembelian	26
2.1.5. Jenis-Jenis Perilaku Pembelian	27
2.1.5. Tahapan Dalam Pengambilan Keputusan.....	28
2.1.5.4 Indikator Keputusan Pembelian.....	30
2.1. Hubungan <i>Green Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	31
2.17 Hubungan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	32
2.2 Penelitian Sebelumnya	32

2.3 Hipotesis dan Model Analisis	37
2.3.1 Hipotesis Penelitian.....	37
2.3.2 Model Analisis.....	37
BAB III METODE PENELITIAN.....	38
3.1 Pendekatan Penelitian.....	38
3.2 Populasi dan Sampel	38
3.2.1 Populasi	38
3.2.2 Sampel.....	40
3.3 Identifikasi Variabel.....	41
3.3.1 Variabel Penelitian.....	41
3.3.2 Variabel Independen.....	41
3.3.3 Variabel Dependen.....	41
3.4 Defenisi Operasional	42
3.5 Jenis dan Sumber data.....	44
3.6. Teknik Analisis.....	47
3.6.1 Uji Validitas.....	47
3.6. Uji Reliabilitas.....	48
3.6.3 Uji Asumsi Klasik	48
3.6. Uji Hipotesis.....	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	54
4. Gambaran Umum Subyek Penelitian.....	54

4.2 Hasil Penelitian.....	56
4.2.1 Uji Validitas	56
4.2.2 Uji Reliabilitas	57
4.3. Analisis Data.....	58
4.4 Pembahasan	76
BAB V SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN.....	78
5.1 Simpulan.....	78
5. Saran	78
5.3 Keterbatasan.....	79
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	87

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Kuisisioner Pra-Survey.....	8
Tabel 3.1 Bobot Kuisisioner.....	47
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas.....	59
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	60
Tabel 4.3 Hasil Uji Multikolinearitas.....	61
Tabel 4.4 Jenis Kelamin.....	62
Tabel 4.5 Usia.....	63
Tabel 4.6 Pekerjaan.....	64
Tabel 4.7 Pendidikan.....	65
Tabel 4.8 Penghasilan.....	66
Tabel 4.9 Wilayah.....	67
Tabel 4.10 Kategori Mean.....	68
Tabel 4.11 Hasil Jawaban Responden.....	69
Tabel 4.12 Ringkasan Hasil Analisis Regresi Logistik.....	71
Tabel 4.13 Hosmer & Lemeshow Test	74
Tabel 4.14 Perbandingan -2 Log Likelihood	75
Tabel 4.15 Nagelkerke R-Square	76
Tabel 4.16 Variabels in the Equation	77
Tabel 4.17 Omnibus Test of Model Coefficients	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Survey Pembelian Produk Ramah Lingkungan.....	4
Gambar 2.1 Model Lima Tahap Proses Pembelian Konsumen.....	29
Gambar 4.1 Rangkaian Produk Love Beauty and Planet.....	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisioer Pra Survey	87
Lampiran 2 Hasil Kuisioer Pra Survey	89
Lampiran 3 Kuisioer Penelitian	92
Lampiran 4 Hasil Kuisioer	95
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	100
Lampiran 6 Hasil Output Analisis Regresi Logistik	103

ABSTRAK

Dengan kesadaran akan pentingnya keberlanjutan dan lingkungan telah mendorong perusahaan dalam industri kecantikan untuk mengembangkan praktik bisnis yang ramah lingkungan melalui pendekatan pemasaran berkelanjutan atau yang dikenal sebagai istilah pemasaran hijau. Pada riset dimaksudkan agar memahami pengaruh *green marketing* dan citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk kecantikan (survey pada pengguna merek Love Beauty and Planet di kota Surabaya). Penelitian ini menggunakan analisis regresi logistik dengan *purposive sampling* sebagai metode pengambilan sampel. Jumlah sampel yang diambil adalah 117 responden dan disebarakan melalui kuisisioner online. Hasil penelitian menunjukkan *green marketing* (X1) berpengaruh positif akan tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan variabel citra merek (X2) tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen (Y).

Kata Kunci: *Green Marketing, Citra Merek, Keputusan Pembelian*

ABSTRACT

Awareness of the importance of sustainability and the environment has encouraged companies in the beauty industry to develop environmentally friendly business practices through a sustainable marketing approach or what is known as green marketing. The research aims to understand the influence of green marketing and brand image on consumer purchasing decisions for beauty products (survey of Love Beauty and Planet brand users in the city of Surabaya). This research uses logistic regression analysis with purposive sampling as the sampling method. The number of samples taken is 117 respondents and distributed through an online questionnaire. The research results show that green marketing (X1) has a positive but not significant effect on purchasing decisions. Meanwhile, the brand image variable (X2) does not have a positive and insignificant effect on consumer purchasing decisions (Y).

Keywords: *Green Marketing, Brand Image, Purchase Decision*