

**PENGARUH *GREEN PRODUCT*, *GREEN PRICE*
DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN**

**(Studi kasus pada konsumen *Green Product* Lion Star di
PT. Bank Capital Atrium Senen)**

SKRIPSI

I MADE KEVIN

2114000508



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
JAKARTA
2019**

**PENGARUH *GREEN PRODUCT*, *GREEN PRICE*
DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN**

**(Studi kasus pada konsumen *Green Product* Lion Star di
PT. Bank Capital Atrium Senen)**

SKRIPSI

I MADE KEVIN

2114000508



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN
PERSYARATAN MENJADI SARJANA MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
JAKARTA
2019**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul :

**PENGARUH *GREEN PRODUCT*, *GREEN PRICE*
DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi kasus pada konsumen *Green Product* Lion Star di
PT. Bank Capital Atrium Senen)**

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) pada Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari karya ilmiah yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan STEI dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, duplikasi ataupun plagiat, maka saya akan bersedia menerima sanksi suatu peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, 20 September 2019



I MADE KEVIN
NPM 2114000508

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul :

**PENGARUH *GREEN PRODUCT*, *GREEN PRICE*
DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi kasus pada konsumen *Green Product* Lion Star di
PT. Bank Capital Atrium Senen)**

dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) di Program studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Skripsi ini ditulis dibawah bimbingan Ir. Ginanjar Syamsuar, ME dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi pada Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

Jakarta, 20 September 2019

Menyetujui
Pembimbing,



Ir. Ginanjar Syamsuar, ME

Mengehatui
Kepala Program Studi S-1 Manajemen,



Drs. Sumitro, M.Sc.

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :


**PENGARUH *GREEN PRODUCT*, *GREEN PRICE*
DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi kasus pada konsumen *Green Product* Lion Star di
PT. Bank Capital Atrium Senen)**

telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal 20 September 2019 dengan nilai A-

Panitia Ujian Skripsi

1.  ;

Drs. Sumitro, Msc.
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)

2.  ;

Ir. Ginanjar Syamsuar, ME
(Pembimbing)

3.  ;

Hj. Megayani, SE. MM
(Anggota Penguji)

4.  ;

Drs. Yusuf Suhardi, MSi. MM
(Anggota Penguji)

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa berkat Rahmat dan Karunia-nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta.

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga semua kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini disampaikan ungkapan terima kasih yang setulusnya kepada :

1. Ir. Ginanjar Syamsuar, ME selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Drs. Yusuf Suhardi, M.Si, MM dan Ibu Hj. Megayani, SE, MM selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Drs. Sumitro, M.Sc. Selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen.
4. Drs. Ridwan Maronrong, M.Sc Selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.
5. Seluruh dosen, staff dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang dengan tulus memberikan pendidikan dan pengajaran serta bantuan kepada penulis selama mengikuti perkuliahan.
6. Seluruh staff perpustakaan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang telah memberikan waktu kepada penulis untuk meminjamkan buku-buku untuk referensi dalam penulisan skripsi ini.
7. Pihak PT. Bank Capital Atrium Senen, baik kepada Karyawan ataupun Nasabah yang telah membantu dalam memenuhi data pada penelitian ini.
8. Orangtua dan Keluarga tercinta yang selama ini tidak pernah berhenti memberikan kasih sayang, cinta, doa dan dukungannya baik material dan moral.

9. Para sahabat-sahabat Intan, Rico, Ilham, Topan, Bhima, yang selalu membantu dan mengingatkan dalam proses penulisan skripsi ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa berkenan membuka rahmat dan karunia-nya kepada semua pihak yang telah membantu penyusunan skripsi ini.

Akhir kata semoga penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak lain yang berkepentingan, mohon maaf apabila masih ada kesalahan dalam penulisan skripsi ini.

Jakarta, 20 September 2019

I MADE KEVIN
NPM 2114000508

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : I MADE KEVIN
NPM : 2114000508
Program Studi : S1 MANAJEMEN
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas skripsi saya yang berjudul :

PENGARUH *GREEN PRODUCT*, *GREEN PRICE* DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi kasus pada konsumen *Green Product* Lion Star di PT. Bank Capital Atrium Senen)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia bentuk menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia
Pada tanggal : 20 September 2019

Yang menyatakan,

I MADE KEVIN

I Made Kevin
NPM : 2114000508
Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing
Ir, Ginanjar Syamsuar, ME

**PENGARUH *GREEN PRODUCT*, *GREEN PRICE*
DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi kasus pada konsumen *Green Product* Lion Star di
PT. Bank Capital Atrium Senen)**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh antara variabel *green product*, *green price*, dan citra merek terhadap keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah dan karyawan yang menggunakan produk Lion Star di PT. Bank Capital Atrium Senen.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Metode pengumpulan data menggunakan angket atau pernyataan didalam kuisisioner. Dalam penelitian sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 100 responden. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan, uji validitas dan reliabilitas, analisis uji asumsi klasik, analisis regresi melalui uji hipotesis seperti uji t dan uji f, koefisien determinasi (R^2).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *green price*, citra merek masing-masing berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sedangkan variabel *green price* tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian produk Lion Star, dan dinyatakan bahwa variabel *green product*, *green price*, citra merek dinyatakan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Lion Star secara simultan atau bersama-sama.

***Kata kunci* : *Green Product*, *Green Price*, Citra Merek, dan Keputusan Pembelian**

I Made Kevin
NPM : 2114000508
Study Program S-1 Manajemen

Supervisor :
Ir. Ginanjar Syamsuar, ME

***THE EFFECT OF GREEN PRODUCT,
GREEN PRICE AND BRAND IMAGE
ON PURCHASE DECISIONS***
***(Case study on consumer Lion Star Green Product at
PT. Bank Capital Atrium Senen)***

ABSTRACT

This study discusses the influence of green products, green prices, and brand image on purchasing decisions. The population in this study are companies that use Lion Star products at PT. Bank Capital Atrium Senen.

The type of data used in this study are primary and secondary data. The method of approving data uses a questionnaire or approves in the questionnaire. The research sample used was purposive sampling. Samples taken in this study were 100 respondents. The analytical tool used in this study is to use, validity and reliability test, classical assumption test analysis, regression analysis through hypothesis testing such as t test and f test, coefficient of determination (R²).

The results of this study indicate that the green price variable, the respective brand image of the purchase decision, while the green price variable has no influence on the purchase decision of Lion Star products, and are considered as green product variables, green prices, brand image related to the Lion product purchase decision Star simultaneously or together.

Keywords: Green Product, Green Price, Brand Image and Purchasing Decisions

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	3
1.3. Tujuan Penelitian.....	3
1.4. Manfaat Penelitian.....	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	5
2.1. Review Hasil Penelitian Terdahulu.....	5
2.2. Landasan Teori.....	7
2.2.1. Pengertian Pemasaran.....	7
2.2.2. Strategi Pemasaran.....	9
2.2.3. Pengertian <i>Green Marketing</i>	10
2.2.4. Pengertian <i>Green Marketing Mix</i>	11
2.2.5. Pengertian Citra Merek.....	15
2.2.6. Pengertian Keputusan Pembelian.....	19
2.3. Hubungan Antar Variabel Penelitian.....	25
2.3.1. Pengaruh <i>Green Product</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	25

Halaman

2.3.2	Pengaruh <i>Green Price</i> Terhadap Keputusan Pembelian	25
2.3.3	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	26
2.4	Pengembangan Hipotesis	26
2.5	Kerangka Konseptual	27
BAB III	METODA PENELITIAN	29
3.1.	Strategi Penelian	29
3.2.	Populasi dan Sampel	29
3.2.1.	Populasi penelitian	29
3.2.2.	Sampel Penelitian	29
3.3.	Data dan Metoda Pengumpulan Data	30
3.3.1	Data	30
3.3.2	Metoda Pengumpulan Data	31
3.4.	Definisi Operasional Variabel	31
3.4.1	Definisi Operasional Variabel	31
3.4.2	Operasional Variabel	32
3.5.	Metoda Analisis Data	33
3.5.1	Metoda Pengolahan Data	33
3.5.2	Metoda Penyajian Data	33
3.5.3	Alat Analisis Statistik Data	34
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	41
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	41
4.2	Deskripsi Data Responden	41
4.2.1	Karakteristik Responden	41
4.3	Analisisi Deskripsi Data Variabel	44
4.4	Hasil Analisis Data	45
4.4.1	Uji Validitas	45
4.4.2	Uji Reliabilitas	46
4.5.	Analisis statistik data	47
4.5.1	Uji Asumsi Klasik	47

	Halaman
4.5.2 Hasil Pengolahan Data Uji Koefisien Determinasi	52
4.5.3 Uji Hipotesis Penelitian	57
4.5.4 Koefisien Determinasi Berganda	59
4.6 Pembahasan Hasil	60
BABV SIMPULAN DAN SARAN	66
5.1 Simpulan	66
5.2 Saran	67
5.3 Keterbatasan dan Pengembangan Penelitian Selanjutnya	67
DAFTAR REFERENSI	68
LAMPIRAN	70

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Top Brand	2
Tabel 3.1 Kriteria Pengukuran Instrumen	31
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel	32
Tabel 4.1 Bobot Penelitian	44
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas	45
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas	47
Tabel 4.4 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	49
Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolinieritas	51
Tabel 4.6 Hasil Uji Autokorelasi	52
Tabel 4.7 Koefisien Determinasi <i>green product</i>	53
Tabel 4.8 Koefisien Determinasi <i>green price</i>	54
Tabel 4.9 Hasil Koefisien Determinasi citra merek	55
Tabel 4.10 Hasil Koefisien Determinasi Simultan	56
Tabel 4.11 Uji Hipotesis Parsial	57
Tabel 4.12 Uji Hipotesis Simultan	58
Tabel 4.13 Koefisien Determinasi Berganda	59

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Tahap-Tahap Keputusan Pembelian.....	20
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual Penelitian.....	27
Gambar 4.1 Grafik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
Gambar 4.2 Grafik Responden Berdasarkan Usia.....	42
Gambar 4.3 Grafik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	43
Gambar 4.4 Grafik Responden Berdasarkan Lama Pemakaian.....	43
Gambar 4.5 Hasil Uji Normalitas.....	48
Gambar 4.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	50

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	70
Lampiran 2 Hasil Data Responden.....	74
Lampiran 3 Deskripsi Data Variabel.....	77
Lampiran 4 Hasil Tabulasi Kuesioner.....	81
Lampiran 5 Hasil Uji Analisis.....	93
Lampiran 6 Surat Keterangan Riset.....	103
Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup.....	104