

PENGARUH KINERJA *GREEN BRAND IMAGE*, *GREEN BRAND SATISFACTION*, *GREEN BRAND TRUST* DAN *GREEN BRAND AWARENESS* TERHADAP *GREEN BRAND PREFERENCE* PADA *GREEN COSMETIC* MEREK ORIFLAME DI YOGYAKARTA

THE EFFECT OF GREEN BRAND IMAGE, GREEN BRAND SATISFACTION, GREEN BRAND TRUST, AND GREEN BRAND AWARENESS TOWARD GREEN BRAND PREFERENCE OF GREEN COSMETIC ORIFLAME BRAND IN YOGYAKARTA

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh
Gelar Sarjana pada FakultasEkonomi Program StudiManajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh

SULIS SETYOWATI NINGSIH

20120410072

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2016

SKRIPSI

PENGARUH KINERJA *GREEN BRAND IMAGE*, *GREEN BRAND SATISFACTION*, *GREEN BRAND TRUST* DAN *GREEN BRAND AWARENESS* TERHADAP *GREEN BRAND PREFERENCE* PADA *GREEN COSMETIC ORIFLAME* DI YOGYAKARTA

THE EFFECT OF GREEN BRAND IMAGE, GREEN BRAND SATISFACTION, GREEN BRAND TRUST, AND GREEN BRAND AWARENESS TOWARD GREEN BRAND PREFERENCE OF GREEN COSMETIC ORIFLAME BRAND IN YOGYAKARTA



Diajukan Oleh:

SULIS SETYOWATI NINGSIH

20120410072

Telah disetujui Dosen Pembimbing

Pembimbing

Hasnah Rimiyati, Dra., MSi.
NIK:1962101519890414300

Tanggal, 4 April 2016

SKRIPSI

PENGARUH KINERJA *GREEN BRAND IMAGE*, *GREEN BRAND SATISFACTION*, *GREEN BRAND TRUST* DAN *GREEN BRAND AWARENESS* TERHADAP *GREEN BRAND PREFERENCE* PADA *GREEN COSMETIC ORIFLAME* DI YOGYAKARTA

THE EFFECT OF GREEN BRAND IMAGE, GREEN BRAND SATISFACTION, GREEN BRAND TRUST, AND GREEN BRAND AWARENESS TOWARD GREEN BRAND PREFERENCE OF GREEN COSMETIC ORIFLAME BRAND IN YOGYAKARTA

Diajukan Oleh :

SULIS SETYOWATI NINGSIH

20120410072

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Tanggal 23 April 2016
Yang terdiri dari

Dr. Siti Dyah Handayani, MM.

Ketua Tim Penguji

Hasnah Rimiwati, Dra., Msi.

Anggota Tim Penguji

Sutrisno Wibowo, SE., MM.

Anggota Tim Penguji

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Dr. Nano Prawoto, SE., M.Si.

NIK: 143 016

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Sulis Setyowati Ningsih

Nomor Mahasiswa : 20120410072

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: **“PENGARUH KINERJA *GREEN BRAND IMAGE, GREEN BRAND SATISFACTION, GREEN BRAND TRUST* DAN *GREEN BRAND AWARENESS* TERHADAP *GREEN BRAND PREFERENCE* PADA *GREEN COSMETIC* MEREK ORIFLAME DI YOGYAKARTA”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 23 April 2016

Materai, 6000,-

Sulis Setyowati Ningsih

MOTTO

*“Hai orang-orang yang beriman, Jadikanlah sabar dan shalatmu Sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar”
(Al-Baqarah: 153)*

*Dia memberikan hikmah (ilmu yang berguna)
Kepada siapa yang dikehendaki-Nya.
Barang siapa yang mendapat hikmah itu
Sesungguhnya ia telah mendapat kebajikan yang banyak,
Dan tiadalah yang menerima peringatan
melainkan orang-orang yang berakal”.
(Q.S. Al-Baqarah: 269)*

“Sesuatu yang belum dikerjakan, seringkali tampak mustahil, kita baru yakin kalau kita telah berhasil melakukannya dengan baik”
(Evelyn Underhill)

“Banyak kegagalan dalam hidup ini dikarenakan orang-orang tidak menyadari betapa dekatnya mereka dengan keberhasilan saat mereka menyerah”
(Thomas Alva Edison)

“Tetap niat, berusaha dan berdoa dalam menghadapi apapun”
(Sulis Setyowati Ningsih)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, kelancaran, kesehatan, dan rahmat-Nya, sehingga penulisan skripsi ini cepat terselesaikan. Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari doa, bimbingan dan dukungan berbagai pihak yang terlibat baik secara langsung maupun tidak. Oleh karena itu dari lubuk hati yang paling dalam saya mengucapkan banyak terimakasih.

Skripsi ini kupersembahkan untuk:

1. Ayah dan Ibu (Imam Mahrub dan Almh Masrikin) yang aku cintai dan aku banggakan. Terimakasih telah membimbing, memberi nasehat dan bekerja keras selama ini. Maaf kalau sering ngeyel atau gak nurut, maaf kalau gak rajin belajar malah maen terus. Terimakasih, semua kasih sayang dan kerja kerasmu tidak akan pernah bisa aku balas.
2. Untuk kakakku (Sri Wahyuni dan Rini Rinawati) yang sudah memberi semangat dan sering menemaniku selama ini.
3. Untuk semua teman-teman Manajemen FE-UMY angkatan 2012, yang selama ini telah menjadi sahabat dan keluargaku selama ini. Terimakasih karena semangat dari kalian sangat membantu dalam perkuliahan, skripsi dan sampai akhirnya wisuda.
4. Untuk semua sahabatku yang tidak mungkin aku sebutkan satu per satu karena terlalu banyak, terimakasih untuk kalian yang selalu membantu aku dalam kondisi apapun, saatg alau, seneng, sedih. Aku sayaaang kalian semua.

Terimakasih untuk semuanya yang senantiasa ada saat suka maupun duka. Untuk ribuan tujuan yang harus dicapai, untuk jutaan impian yang akan dikejar, untuk sebuah pengharapan agar hidup lebih bermakna.

INTISARI

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kinerja *green brand image*, *green brand satisfaction*, *green brand trust* dan *green brand awareness* terhadap *green brand preference* terhadap *green cosmetic* Oriflame di kota Yogyakarta. Obyek dari penelitian ini adalah *green cosmetic* merek Oriflame, sedangkan subyeknya adalah konsumen yang pernah membeli dan menggunakan *green cosmetic* merek Oriflame. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling*. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Sebelum dilakukan analisis data terlebih dahulu dilakukan uji kualitas instrumen meliputi uji validitas dan uji reliabilitas.

Hasil analisis yang dilakukan menunjukkan *green brand image*, *green brand satisfaction*, *green brand trust* dan *green brand awareness* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *green brand preference*. *Green brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *green brand preference*. *Green brand satisfaction* tidak berpengaruh signifikan terhadap *green brand preference*. *Green brand trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *green brand preference*. *Green brand awareness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *green brand preference*.

Kata kunci: *green brand image*, *green brand satisfaction*, *green brand trust* dan *green brand awareness*.

ABSTRACT

This research is to analyze the effect of green brand image, green brand satisfaction, green brand trust and green brand awareness toward green brand preference of green brand cosmetic Oriflame brand in Yogyakarta. The object of the research is Oriflame green cosmetics product , meanwhile the subject is the consumer that has bought and used Oriflame green brand cosmetics. The sample collecting was done with purposive sampling technique. The data analysis was done with double linier regression. Before the data analysis was done, instrument quality examination including validity and reliability examination had been done first.

The result of the analysis shows that green brand image, the satisfaction of green brand, the trust toward green brand and the awareness of green brand simultaneously have significant influence toward green brand preference. The green brand image has positive influence and significant influence toward green brand preference. The satisfaction of green brand has no significant influence toward green brand preference. The trust toward green brand has positive and significant influence toward green brand preference. The awareness of green brand has positive and significant influence toward green brand preference.

Keyword: green brand image, green brand satisfaction, green brand trust dan green brand awareness.

KATA PENGANTAR

Segala Puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan kemudahan, karunia, dan rahmat-NYA dalam penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Kinerja Green Brand Image, Green Brand Satisfaction, Green Brand Trust dan Green Brand Awareness Terhadap Green Brand Preference Pada Green Cosmetic Merek Oriflana di Yogyakarta” dapat diselesaikan dengan baik.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan masukan bagi manajemen perusahaan Samsung. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan ide pengembangan bagi penelitian selanjutnya.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Dr. Nano Prawoto, M.Si., selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan petunjuk dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.
2. Ibu Retno Widowati, PA., SE, M.Si.,Ph.D., selaku ketua prodi Manajemen yang telah memberikan petunjuk dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.

3. Ibu Hasnah Rimiati, Dra., MSi., yang dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian karya tulis ini.
4. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian tugas akhir (skripsi) ini.

Sebagai kata akhir, penulis berharap skripsi ini dapat membantu semua pihak dan mampu bagi penulis selanjutnya dalam mengembangkan penelitian selanjutnya.

Yogyakarta, 23 April 2016

Sulis Setyowati Ningsih

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
INTISARI.....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah Penelitian.....	6
C. Rumusan Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitian.....	7
E. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Landasan Teori.....	9
1. Pengertian <i>Green Branding</i>	9
2. Pengertian <i>Green Brand Image</i>	10
3. Pengertian <i>Green Brand Satisfaction</i>	11
4. Pengertian <i>Green Brand Trust</i>	12
5. Pengertian <i>Green Brand Awareness</i>	13
6. Pengertian <i>Green Brand Preference</i>	13
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	14
C. Hipotesis.....	15
D. Model Penelitian.....	19

BAB III METODE PENELITIAN.....	20
A. Obyek/Subyek Penelitian.....	20
B. Jenis Data.....	20
C. Teknik Pengambilan Sampel.....	21
D. Teknik Pengumpulan Data.....	22
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	23
F. Uji Kualitas Instrumendan Data.....	28
G. Uji Hipotesis dan Analisa Data.....	29
1. Analisis Regresi Linier Berganda.....	29
2. Pengujian Hipotesis.....	33
a. Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F).....	33
b. Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t).....	30
c. Koefisien Determinasi (R ²).....	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	32
A. Hasil Pengumpulan Data.....	32
B. Profil Responden.....	32
C. Hasil Uji Kualitas Instrumen.....	33
1. Uji Validitas.....	33
2. Uji Reliabilitas.....	34
D. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis).....	35
1. Analisis regresi Berganda.....	35
2. Uji F.....	36
3. Uji t.....	37
4. Koefisien Determinasi.....	38
E. Pembahasan.....	39
BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN.....	43
A. Simpulan.....	43
B. Keterbatasan.....	43
C. Saran.....	44

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

TABEL 4.1. Deskripsi Responden.....	35
TABEL 4.2. Hasil Uji Validitas Sampel Besar.....	37
TABEL 4.3. Hasil Uji Reliabilitas Sampel Besar	38
TABEL 4.4. Hasil Perhitungan Koefisien Regresi	39
TABEL 4.5. Hasil Uji F	40
TABEL 4.6. Hasil Uji t	41
TABEL 4.7. Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi	42

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 2.1. Model Penelitian.....	21
-----------------------------------	----