

**PENGARUH GREEN BRAND KNOWLEDGE DAN GREEN BRAND POSITIONING
TERHADAP PURCHASE INTENTION DENGAN SIKAP SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING
(STUDI PADA KONSUMEN LOVE BEAUTY AND PLANET DI DAERAH ISTIMEWA
YOGYAKARTA)**

*THE INFLUENCE OF GREEN BRAND KNOWLEDGE AND GREEN BRAND
POSITIONING ON PURCHASE INTENTION WITH ATTITUDE AS AN INTERVENING
VARIABLE*

*(STUDY ON LOVE BEAUTY AND PLANET CONSUMERS IN THE SPECIAL AREA OF
YOGYAKARTA*



Disusun Oleh:

Lussi Murni

20190410226

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2022

**PENGARUH GREEN BRAND KNOWLEDGE DAN GREEN BRAND POSITIONING TERHADAP
PURCHASE INTENTION DENGAN SIKAP SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(STUDI PADA KONSUMEN LOVE BEAUTY AND PLANET DI DAERAH ISTIMEWA
YOGYAKARTA)**

***THE INFLUENCE OF GREEN BRAND KNOWLEDGE AND GREEN BRAND POSITIONING ON
PURCHASE INTENTION WITH ATTITUDE AS AN INTERVENING VARIABLE
(STUDY ON LOVE BEAUTY AND PLANET CONSUMERS IN THE SPECIAL AREA OF
YOGYAKARTA)***

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pada

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh:

Lussi Murni

20190410226

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2022

i

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Lussi Murni

Nomor Mahasiswa : 20190410226

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul : “ **PENGARUH GREEN BRAND KNOWLEDGE DAN GREEN BRAND POSITIONING TERHADAP PURCHASE INTENTION DENGAN SIKAP SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA KONSUMEN LOVE BEAUTY AND PLANET DI DAERAH ISTIMEWA 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 atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 14 Januari 2023



Lussi Murni

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur atas kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan rahmat, Kesehatan dan kemampuan untuk menyelesaikan skripsi ini hingga selesai dengan waktu yang sudah ditetapkan.

Skripsi ini penulis persembahkan untuk Ayah Ibnu Ali dan Mama Murni, yang sudah selalu senantiasa mendukung baik berupa moril ataupun material, serta selalu memberikan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan tepat waktu.

Penulis persembahkan juga kepada Muhammad Miftahun Nadzir, BABA., MBA. Selaku dosen pembimbing yang selalu menyempatkan waktu untuk memberikan bimbingan dan arahan dalam proses penyelesaian skripsi ini dan selalu mengingatkan untuk terus semangat dan tidak boleh sakit.

Tak lupa penulis persembahkan untuk kelima teman saya Wulandari, Dwi Amivatun Hidayah, Isti Sri Wahyu Kartini dan Eva Variyah yang sama-sama berjuang untuk mengerjakan skripsi ini, sidang dibulan Januari, dan wisuda dibulan Maret, kami berencana untuk lulus dari kuliah ini dan menyelesaikan tahap-tahapnya secara Bersama-sama. Terima kasih sudah sama-sama berjuang melawan rasa malas dalam mengerjakan skripsi ini hingga akhir.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu meluangkan waktu untuk mengisi kuisisioner dalam penelitian ini sehingga skripsi ini dapat diselesaikan sesuai target yang ditentukan.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia serta rahmat dalam penulisan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Green Brand Knowledge* dan *Green Brand Positioning* terhadap *purchase Intention* dengan Sikap sebagai variabel *Intervening*”**. Sholawat serta salam pun penulis haturkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW dan para sahabatnya yang telah memberi tauladan baik sehingga akal dan fikiran mampu menyelesaikan skripsi ini. Semoga kita termasuk dalam golongan umatnya yang kelak mendapatkan syafa'at dalam menuntut ilmu.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan guna untuk memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat sesuai dengan napa yang diharapkan penulis, walaupun dengan adanya segala keterbatasan yang dimiliki.

Penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada:

1. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan kemudahan selama penulisan skripsi.
2. Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Dr. Rr. Sri Handari Wahyuningsih, SE., M.Si. yang telah memberikan petunjuk bimbingan dan kemudahan selama penulisan skripsi.
3. Bapak Muhammad Miftahun Nadzir, BABA, MBA, selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian skripsi ini.
4. Ayah Ibnu Ali dan Ibu Murni serta saudara-saudaraku yang senantiasa memberikan dorongan dan perhatian kepada penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

5. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Sebagai kata akhir, tiada gading yang tak retak, penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, kritik, saran dan pengembangan skripsi selanjutnya sangat diperlukan.

Yogyakarta, November 2022

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Lussi murni', written in a cursive style. The signature is enclosed within a faint, light-colored rectangular border.

Lussi murni

Daftar isi

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
INTISARI	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. LATAR BELAKANG PENELITIAN	1
B. RUMUSAN MASALAH PENELITIAN	9
C. TUJUAN PENELITIAN	10
D. MANFAAT PENELITIAN	10
BAB II	12
TINJAUAN PUSTAKA	12
A. LANDASAN TEORI	12
1. <i>Green Brand Knowledge</i>	12
2. <i>Green Brand Positioning</i>	13
3. <i>Sikap</i>	15
4. <i>Purchase Intention</i>	17
B. PENGEMBANGAN HIPOTESIS	18
1. Pengaruh <i>Green Brand Knowledge</i> terhadap sikap	18
2. Pengaruh <i>Green Brand Positioning</i> terhadap sikap	20
3. Pengaruh <i>Green Brand Knowledge</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> ..	22
4. Pengaruh <i>Green Brand Positioning</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> ..	24
5. Pengaruh sikap terhadap <i>Purchase Intention</i>	26
C. MODEL PENELITIAN	31
BAB III	32
METODE PENELITIAN	32
A. Pendekatan Penelitian	32
B. Responden dan Objek Penelitian	32
1. Responden Penelitian	32
2. Objek Penelitian	32
3. Jenis Data	33
C. Teknik Pengambilan Sampel	33

D. Teknik Pengumpulan Data	34
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	34
1. Variabel Eksogen (X)	34
2. Variabel Endogen (Y)	36
3. Variabel <i>Intervening</i> (Z)	37
F. Uji Kualitas Instrumen Data	38
1. Uji Validitas	38
2. Uji Reliabilitas	38
G. Uji Hipotesis dan Alat Analisis	39
BAB IV	42
HASIL DAN PEMBAHASAN	42
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	42
B. Pengujian Kualitas Instrumen.....	45
C. Hasil Analisis Dan Uji Hipotesis.....	55
D. Pembahasan.....	69
BAB V	76
SIMPULAN, KETERBATAS PENELITIAN DAN SARAN.....	76
A. Simpulan	76
B. Keterbatasan Penelitian	76
C. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA.....	78
LAMPIRAN.....	83

