

**PERSEPSI PENGARUH *GREEN MARKETING* DAN KESADARAN
LINGKUNGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MELALUI SIKAP PADA PRODUK GARNIER
DI KOTA YOGYAKARTA**

***PERCEPTION OF THE INFLUENCE OF GREEN MARKETING AND
ENVIRONMENTAL AWARENESS ON PURCHASE DECISIONS
THROUGH ATTITUDE ON GARNIER PRODUCTS
IN YOGYAKARTA CITY***



Oleh:

FALIH EKSA RIZKI PRATAMA

20190410340

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

2022

**PERSEPSI PENGARUH *GREEN MARKETING* DAN KESADARAN
LINGKUNGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MELALUI SIKAP PADA PRODUK GARNIER
DI KOTA YOGYAKARTA**

***PERCEPTION OF THE INFLUENCE OF GREEN MARKETING AND
ENVIRONMENTAL AWARENESS ON PURCHASE DECISIONS
THROUGH ATTITUDE ON GARNIER PRODUCTS
IN YOGYAKARTA CITY***

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar
Sarjana pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh:

**FALIH EKSA RIZKI PRATAMA
20190410340**

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

2022

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Falih Eksa Rizki Pratama

Nomor Mahasiswa : 20190410340

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul:

“PENGARUH *GREEN MARKETING* DAN KESADARAN LINGKUNGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI SIKAP PADA PRODUK GARNIER DI KOTA 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, 21 Desember 2022



Falih Eksa Rizki Pratama

MOTTO

“Janganlah kamu berduka cita, sesungguhnya Allah selalu bersama kita”

(QS. At-Taubah: 40)

“Dan bersabarlah. Sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar”

(QS. Al-Anfaal: 46)

Rasulullah bersabda: *“Barangsiapa menempuh jalan untuk mendapatkan ilmu, Allah akan memudahkan baginya jalan menuju surga”*

(HR. Ibnu Majah no. 224)

"Orang yang meraih kesuksesan tidak selalu orang yang pintar, tapi orang yang selalu meraih kesuksesan adalah orang yang gigih dan pantang menyerah."

(Susi Pudjiastuti)

"Tak ada yang bisa mengetahui masa depan, yang bisa Anda lakukan hanya menciptakan masa depan."

(Jack Ma)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji dan syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya saya dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Pengaruh *Green Marketing* dan Kesadaran Lingkungan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Sikap Pada Produk Garnier di Kota Yogyakarta”. Peneliti ingin mengucapkan terima kasih banyak atas doa dan dukungan yang telah diberikan selama penyusunan skripsi ini.

Skripsi ini saya persembahkan kepada kedua orang tua saya yang telah memberikan ketenangan, kenyamanan, motivasi, doa terbaik, dan menyisihkan finansialnya, sehingga saya bisa menyelesaikan masa studi saya. Skripsi ini juga saya persembahkan kepada Bapak Dr. Nuryakin, SE., MM. yang telah membimbing saya selama penulisan skripsi ini dan juga bapak/ibu dosen serta staff yang telah banyak membantu selama masa studi saya di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Tidak lupa juga, skripsi ini saya persembahkan kepada saudara dan teman-teman saya yang telah memberikan dukungan serta doanya, yaitu Wulan Prastika Ningrum, Ratnaningtyas Deliana, Sekar Astri, Indah Kartika, Irega Erin, Audy Nurfadhly, Daffa Izzuddin, Faidh Aqdas, Fahmi Ismail, Arif Nur Fahryanto, Diah Enggar, Maylia Jihan Salsabila, Miranti Irawan, Alfita, Aisya. Affiana Aulia, Mia Yuliana, Ervina, Hashfi, Shelo, Sukma Alya, Yazid, Jevi Amay, Rifki Andreansyah, Masud Hamdani, Ary Shandy, Fesa, Andhika Reyhan, Joe, M. Fiki, Aldelania Audy, Rike Siska, Salsabila Annisa, Kintan, Brila, Annisa Yasfa, Dina,

Dewa, Fatiya, Abhit, Gilang, Daffa, Syifa, Lia, Koko Leo, dan teman-teman lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya saya dapat menyelesaikan penulisan skripsi saya dengan judul “Persepsi Pengaruh *Green Marketing* dan Kesadaran Lingkungan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Sikap Pada Produk Garnier Di Kota Yogyakarta”. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan alasan kedepannya dapat memberikan masukan kepada perusahaan terkait mengenai strategi pemasaran yang diterapkan dan memberikan ide pengembangan bagi penelitian selanjutnya.

Dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini penulis mendapat banyak dukungan serta bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini izinkan saya untuk menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan petunjuk, bimbingan dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi
2. Bapak Drs. Gita Danupranata, MM. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang senantiasa memberikan nasihat, bimbingan, dan arahan kepada saya selama masa studi saya

3. Bapak Dr. Nuryakin, SE., MM. yang dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian karya tulis ini.
4. Kedua orang tua saya, saudara, dan teman-teman saya yang senantiasa memberikan dorongan dan perhatian kepada penulis hingga dapat menyelesaikan studi.
5. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih banyak kekurangan, dan sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak untuk memberikan bahan perbaikan di masa yang akan datang.

Yogyakarta, 21 Desember 2022



Falih Eksa Rizki Pratama

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
INTISARI	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
1. Manfaat Teoritis	8
2. Manfaat Praktis	8
BAB II	9
A. Landasan Teori	9
1. <i>Green Marketing</i>	9
2. Kesadaran Lingkungan.....	11
3. Sikap Konsumen	12
4. Keputusan Pembelian	13
B. Hasil Penelitian Terdahulu	14
C. Penurunan Hipotesis	37
1. Pengaruh <i>Green Marketing</i> terhadap Sikap	37
2. Pengaruh Kesadaran Lingkungan terhadap Sikap.....	39
3. Pengaruh Sikap terhadap Keputusan Pembelian	40
4. Pengaruh <i>Green Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian	41
5. Pengaruh Kesadaran Lingkungan terhadap Keputusan Pembelian.....	42

6. Pengaruh <i>Green Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian melalui Sikap	43
7. Pengaruh Kesadaran Lingkungan terhadap Keputusan Pembelian melalui Sikap	44
D. Model Penelitian	45
BAB III	47
A. Pendekatan Penelitian	47
B. Objek dan Subjek Penelitian	47
C. Jenis Data	47
D. Populasi dan Sampel	48
E. Teknik Pengambilan Sampel	48
F. Teknik Pengumpulan Data	49
G. Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	51
1. Variabel Bebas (Independent Variable)	51
2. Variabel Terikat (Dependent Variable).....	51
3. Variabel Perantara (Intervening Variable)	51
H. Pengujian Instrumen	54
1. Uji Validitas	54
2. Uji Reliabilitas.....	54
I. Analisis Data dan Uji Hipotesis	55
BAB IV	59
A. Gambaran Umum Objek/Subjek Penelitian	59
1. Gambaran Objek Penelitian.....	59
2. Gambaran Subjek Penelitian	59
3. Hasil Pengumpulan Data	60
4. Deskripsi Responden.....	61
B. Uji Kualitas Instrumen dan Data	72
1. Uji Validitas	72
C. Statistik Deskriptif	75
D. Hasil Analisis Data dan Uji Hipotesis	80
E. Pengujian Hipotesis	93
a. Uji Pengaruh Langsung	93
b. Uji Pengaruh Tidak Langsung.....	96

F. Pembahasan.....	98
BAB V	104
A. Simpulan	104
B. Keterbatasan Penelitian	104
C. Saran	105
LAMPIRAN.....	110

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.....	5
Tabel 2.1.....	14
Tabel 3.1.....	50
Tabel 3.2.....	51
Tabel 3.3.....	57
Tabel 4.1.....	57
Tabel 4.2.....	61
Tabel 4.3.....	64
Tabel 4.4.....	66
Tabel 4.5.....	66
Tabel 4.6.....	68
Tabel 4.7.....	69
Tabel 4.8.....	70
Tabel 4.9.....	72
Tabel 4.10.....	74
Tabel 4.11.....	76
Tabel 4.12.....	76
Tabel 4.13.....	77
Tabel 4.14.....	78
Tabel 4.15.....	79
Tabel 4.16.....	83
Tabel 4.17.....	86
Tabel 4.18.....	90
Tabel 4.19.....	91
Tabel 4.20.....	93
Tabel 4.21.....	96
Tabel 4.22.....	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	45
Gambar 4.1	81
Gambar 4.2	82
Gambar 4.3	84
Gambar 4.4	85