

**PENDEKATAN *GREEN MARKETING* DAN DAMPAKNYA
TERHADAP NIAT BELI HIJAU MELALUI CITRA MEREK HIJAU DAN
KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP LINGKUNGAN PADA *THE
BODY SHOP***

(Studi Pada Masyarakat di Kota Bandar Lampung)

***GREEN MARKETING APPROACH AND ITS IMPACT ON GREEN
PURCHASE INTENTION THROUGH GREEN BRAND IMAGE AND
CONSUMER BELIEFS TOWARDS THE ENVIRONMENT AT THE BODY
SHOP***

(Study of Communities in Bandar Lampung City)



Oleh
ISMIATUN
20200410363

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2023**

**PENDEKATAN *GREEN MARKETING* DAN DAMPAKNYA TERHADAP
NIAT BELI HIJAU MELALUI CITRA MEREK HIJAU DAN
KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP LINGKUNGAN PADA *THE
BODY SHOP*
(Studi Pada Masyarakat di Kota Bandar Lampung)**

***GREEN MARKETING APPROACH AND ITS IMPACT ON GREEN
PURCHASE INTENTION THROUGH GREEN BRAND IMAGE AND
CONSUMER BELIEFS TOWARDS THE ENVIRONMENT AT THE BODY
SHOP***

(Study of Communities in Bandar Lampung City)

SKRIPSI

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



Oleh
ISMIATUN
20200410363

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2023**

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Ismiatun

Nomor Mahasiswa : 20200410363

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul **“PENDEKATAN *GREEN MARKETING* DAN DAMPAKNYA TERHADAP NIAT BELI HIJAU MELALUI CITRA MEREK HIJAU DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP LINGKUNGAN PADA *THE BODY SHOP* (Studi Pada Masyarakat di Kota Bandar Lampung)”** 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, 29 September 2023



ISMIATUN

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”

(QS. Al-Baqarah: 286)

"Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan."

(Al-Insyirah, ayat 5-6)

“Selalu ada harga dalam sebuah proses. Nikmati saja lelah-lelah itu. Lebarakan lagi rasa sabar itu. Semua yang kau investasikan untuk menjadikan dirimu serupa yang kau impikan, mungkin tidak akan selalu berjalan lancar. Tapi, gelombang-gelombang itu yang nanti bisa kau ceritakan”.

(Boy Chandra)

PERSEMBAHAN

Tidak ada lembar yang lebih penting dalam laporan skripsi ini selain dari lembar persembahan. Laporan skripsi ini saya dedikasikan sebagai tanda terima kasih kepada Ayahanda, Ibunda, kakak, sahabat, serta teman-teman yang selalu memberikan dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini. Terakhir, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada diri sendiri karena telah berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Saya berterima kasih telah mampu mengatasi berbagai tekanan dari luar dan tidak pernah menyerah, seberat apapun proses penyusunan skripsi ini. Saya telah menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik mungkin dan semaksimal mungkin, sebuah pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri saya sendiri.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia, dan rahmat dalam penulisan skripsi ini dengan judul " "Pendekatan *green marketing* dan dampaknya terhadap niat beli hijau melalui citra merek hijau dan kepercayaan konsumen terhadap lingkungan pada *The Body Shop* (Studi Pada Masyarakat di Kota Bandar Lampung)". Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis memilih topik ini dengan harapan dapat memberikan masukan serta 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 sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Rizal Yahya, S.E, M.Sc., Ph.D., Ak., CA., CRP., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan petunjuk, bimbingan, dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.
2. Ibu Dr. Rr. Sri Handari W, SE., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, yang telah memberikan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.
3. Bapak Sutrisno Wibowo, SE., MM., selaku dosen pembimbing yang penuh dengan kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian skripsi ini.

4. Ayah, Ibu, serta kakak penulis, terima kasih atas kepercayaan yang diberikan, doa yang tak pernah putus untuk penulis, serta pengorbanan, cinta, kasih, dorongan, semangat, perhatian yang selalu diberikan kepada penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

Sebagai kata akhir, tiada gading yang tak retak. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, kritik, saran, dan pengembangan penelitian selanjutnya sangat diperlukan untuk kedalaman karya tulis dengan topik ini.

Yogyakarta, 29 September 2023

Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Ismiatun', written over a horizontal line.

Ismiatun

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PENGUJI	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
INTISARI	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
A. Landasan Teori	12
B. Landasan Konseptual	14
1. Niat Beli Hijau	32
2. Green Marketing	14
3. Citra Merek Hijau	27
4. Kepercayaan Konsumen Terhadap Lingkungan	29
C. Hasil Penelitian Terdahulu	35
D. Penurunan Hipotesis	41
E. Model Penelitian	54
BAB III METODE PENELITIAN	56
A. Objek dan Subjek Penelitian	56
B. Jenis Data	57
C. Sampel Penelitian dan Teknik Pengambilan Sampel	58
D. Teknik Pengumpulan Data	59

E. Variabel Penelitian dan Pengukurannya.....	61
F. Uji Kualitas Instrumen	65
1. Uji Validitas	65
2. Uji Reliabilitas.....	66
G. Alat Analisis dan pengujian Hipotesis.....	67
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	73
A. Gambaran Umum Objek/ Subjek Penelitian	73
1. Profil The Body Shop International plc.....	73
2. Profil Responden	79
B. Uji Kualitas Instrumen	83
1. Uji Validitas dan Reliabilitas	83
2. Analisis Statistik Deskriptif.....	91
C. Hasil Penelitian	88
1. Pengembangan Model Berdasarkan Teori	88
2. Menyusun Diagram Jalur (Path Diagram)	88
3. Konversi Diagram Alur ke dalam Persamaan Struktural.....	89
4. Memilih Matriks Input dan Estimasi Model	90
D. Pengujian Hipotesis	103
E. Pembahasan.....	107
BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN.....	117
A. Simpulan	117
B. Keterbatasan Penelitian	118
C. Saran.....	119
DAFTAR PUSTAKA.....	120
LAMPIRAN.....	125

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top Brand Kategori: Perawatan Diri.....	6
Tabel 1. 2 Top Brand Kategori: Perawatan Diri.....	6
Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu	35
Tabel 3. 1 Instrument Skala Linkert.....	60
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel	63
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	79
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	80
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	81
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	82
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas	83
Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas	85
Tabel 4. 7 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Green Marketing	85
Tabel 4. 8 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Citra Merek Hijau	86
Tabel 4. 9 Analisis Statistik Deskriptif.....	87
Tabel 4. 10 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Niat Beli Hijau	87
Tabel 4. 11 Tabel Degree of Freedom	91
Tabel 4. 12 Menilai Goodness of Fit	92
Tabel 4. 13 Hasil RMSEA.....	92
Tabel 4. 14 Hasil GFI.....	93
Tabel 4. 15 Hasil AGFI	94
Tabel 4. 16 Hasil CMIN/DF.....	94
Tabel 4. 17 Hasil TLI	95
Tabel 4. 18 Hasil CFI.....	96
Tabel 4. 19 Hasil Uji Normalitas	97
Tabel 4. 20 Hasil Pengujian Outliers.....	99
Tabel 4. 21 Hasil Pengujian Hipotesis Pengaruh Langsung.....	103
Tabel 4. 22 Standardized Direct dan Indirect Effect	106

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Timbulan Sampah Provinsi Lampung 2019-2022.....	2
Gambar 1. 2 Komposisi Sampah Provinsi Lampung Tahun 2022	3
Gambar 2. 1 Theory of planned behavior	12
Gambar 2. 2 Model Penelitian	54
Gambar 4. 1 Logo The Body Shop	76
Gambar 4. 2 Persamaan Struktural	89
Gambar 4. 3 Persamaan Struktural	90
Gambar 4. 4 Nilai Batas Mahalonobis Distance	99