

**PENGARUH GREEN MARKETING, KESADARAN MEREK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI SIKAP**

**(Studi pada Konsumen AQUA di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)**

**THE EFFECT OF GREEN MARKETING, BRAND AWARENESS ON  
PURCHASE DECISIONS THROUGH ATTITUDE**

**(Study On AQUA Consumers in Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)**



**Disusun oleh:**

**HANDIKA PRASETYAWAN**

**NIM: 20190410159**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2023**

**SKRIPSI**

**PENGARUH GREEN MARKETING, KESADARAN MEREK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI SIKAP**

**(Studi pada Konsumen AQUA di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)**

**THE EFFECT OF GREEN MARKETING, BRAND AWARENESS ON  
PURCHASE DECISIONS THROUGH ATTITUDE**

**(Study On AQUA Consumers in Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)**

**SKRIPSI**

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



**Disusun oleh:**

**HANDIKA PRASETYAWAN**

**NIM: 20190410159**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2023**

## PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Handika Prasetyawan

Nomor Mahasiswa : 20190410159

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul **“PENGARUH GREEN MARKETING, KESADARAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI SIKAP (Studi pada Konsumen AQUA di Universitas Muhammadiyah 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 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, 11 Oktober 2023



Handika Prasetyawan

v

## **MOTTO**

"Kamu tidak arus menjadi hebat untuk memulai, tetapi kamu harus mulai untuk menjadi hebat."

(Zig Ziglar)

"Hatiku tenang karena mengetahui bahwa apa yang melewatkanmu tidak akan pernah menjadi takdirku dan apa yang ditakdirkan untukmu tidak akan pernah melewatkanmu "

(Umar Bin Khattab)

"Tidak ada kesuksesan tanpa kerja keras. Tidak ada keberhasilan tanpa kebersamaan. Tidak ada kemudahan tanpa doa"

(Ridwan Kamil)

"Hanya saja, sukses itu buruk apabila kita menggunakannya untuk kesombongan dan merasa diri sendiri paling kuat tak pernah gagal. Padahal dibalik kesuksesan itu pasti ada orang lain yang berjasa"

(Bill Gates)

"Bangun kesuksesan dari kegagalan. Keputusan dan kegagalan adalah dua batu loncatan yang paling baik menuju kesuksesan."

(Dale Carnegie)

"Seharusnya kamu tidak menyerah terhadap apapun yang terjadi padamu. Kamu harus menggunakan apapun yang terjadi padamu sebagai alat untuk naik, bukan turun."

(Bob Marley)

"Percayalah pada dirimu sendiri dan ketahuilah bahwa ada sesuatu didalam dirimu yang lebih besar daripada rintangan apapun."

(Christian D. Lerson)

## **PERSEMBAHAN**

*Bismillahirrahmanirrahim* Puji syukur saya haturkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, kelancaran, dan rahmat sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Pengaruh *Green Marketing*, Kesadaran Merek terhadap Keputusan Pembelian melalui Sikap (Studi pada konsumen AQUA di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)**”. Skripsi ini saya persembahkan untuk segala pihak yang sudah membantu saya :

1. Teruntuk Bapak (Muh Nasrudin), Ibu (Dewi Setyaningsih) dan Adik (Adiva Afsheen Abelia dan M. Daffa Nasrullah) terima kasih selalu memberikan motivasi dan dukungan selama masa studi ini. Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua sebagai tanda bakti dan terima kasih karena selalu memberikan dukungan dan doa di setiap waktu. Semoga selalu diberikan lindungan oleh Allah SWT.
2. Teuntuk teman-teman saya Adib, Naufal, Nashir, Panji, Ramdhan serta teman-teman lain yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang selalu memberikan dukungan dan support kepada saya untuk mengerjakan skripsi ini sampai selesai.
3. Segala pihak yang sudah membantu saya mulai dari memberikan semangat, doa, nasihat dan lainnya sehingga saya mampu menyelesaikan skripsi ini.

## KATA PENGANTAR

Saya haturkan puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, kemudahan serta kelancaran sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Green Marketing*, Kesadaran Merek terhadap Keputusan Pembelian melalui Sikap (Studi pada konsumen AQUA di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan agar dapat memberikan masukan bagi perkembangan studi dan ilmu manajemen, khususnya di bidang pemasaran serta dapat memberikan ide bagi peneliti selanjutnya.

Tentunya dalam menyelesaikan skripsi ini tidak terlepas dari pihak yang turut membimbing dan mendukung. Maka dari itu pada kesempatan kali ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Rizal Yaya, SE., M.Sc., M.Si.,Ph.D., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.
2. Ibu Rr. Sri Handari W., Dr., SE., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan petunjuk, bimbingan dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.

3. Bapak Muhammad Miftahun Nadzir, BABA., MBA yang penuh kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian skripsi.
4. Kedua orang tua yang senantiasa memberikan semangat dan motivasi dalam mengerjakan skripsi.
5. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu sehingga telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian skripsi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna dan masih banyak kekurangan serta keterbatasan yang ada. Oleh karena itu, kritik dan saran selalu penulis harapkan agar bisa membangun untuk perkembangan peneliti di kemudian hari.

Yogyakarta,



Handika Prasetyawan

## DAFTAR ISI

<b>SKRIPSI</b> .....	ii
<b>MOTTO</b> .....	v
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>INTISARI</b> .....	vii
<b>ABSTRACT</b> .....	viii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvi
<b>BAB 1</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>A. Latar Belakang</b> .....	1
<b>B. Rumusan Masalah</b> .....	6
<b>C. Tujuan penelitian</b> .....	7
<b>D. Manfaat Penelitian</b> .....	7
<b>E. Batasan Penelitian</b> .....	8
<b>BAB 2</b> .....	9
<b>LANDASAN TEORI</b> .....	9
<b>A. Kajian Teori</b> .....	9
1. <i>Green Marketing</i> .....	9
2. Kesadaran Merek .....	10
3. Sikap .....	12
4. Keputusan Pembelian .....	13
<b>B. Kajian Empiris</b> .....	14
<b>C. Hipotesis</b> .....	18
<b>D. Model Penelitian</b> .....	23
<b>BAB 3</b> .....	24
<b>METODE PENELITIAN</b> .....	24
<b>A. Subyek dan Obyek Penelitian</b> .....	24
<b>B. Jenis Data</b> .....	24
<b>C. Teknik Pengumpulan Sampel</b> .....	24



<b>D. Teknik Pengumpulan Data</b> .....	25
<b>E. Definisi Operasional</b> .....	26
1. <b>Variabel Independent</b> .....	26
2. <b>Variabel Dependen</b> .....	26
3. <b>Variabel Mediasi</b> .....	26
<b>F. Uji Kualitas Instrumen</b> .....	28
1. <b>Uji Validitas</b> .....	28
2. <b>Uji Reliabilitas</b> .....	28
<b>G. Stastistik Deskriptif</b> .....	29
<b>H. Analisis Data dan Uji Hipotesis</b> .....	29
<b>BAB IV</b> .....	36
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	36
<b>A. Gambaran Umum Objek Penelitian</b> .....	36
1. <b>Gambaran Objek Penelitian</b> .....	36
2. <b>Gambaran Umum Subjek Penelitian</b> .....	36
3. <b>Karakteristik Responden</b> .....	37
<b>B. Uji Kualitas Instrumen</b> .....	39
1. <b>Uji Validitas</b> .....	39
2. <b>Uji Reliabilitas</b> .....	40
<b>C. Statistik Deskriptif</b> .....	41
<b>D. Hasil Penelitian</b> .....	45
1. <b>Pengembangan Model Berdasarkan Teori</b> .....	46
2. <b>Menyusun Diagram Jalur</b> .....	46
3. <b>Konversi Diagram Jalur ke Persamaan Struktural</b> .....	47
4. <b>Memilih Jenis Input Matrik dan Estimasi Model yang Diusulkan</b> .....	48
5. <b>Identifikasi Model Struktur</b> .....	56
6. <b>Menilai Kriteria Goodness-of-Fit</b> .....	57
7. <b>Interpretasi dan Modifikasi Model</b> .....	61
<b>E. Pengujian Hipotesis</b> .....	61
<b>F. Pembahasan</b> .....	66
<b>BAB V</b> .....	72
<b>SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN LINGKUNGAN</b> .....	72
<b>A. Simpulan</b> .....	72

<b>B. Saran .....</b>	<b>72</b>
<b>C. Keterbatasan Penelitian .....</b>	<b>73</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>74</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>81</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 4 1 Karakteristik Responden.....	37
Tabel 4 2 Uji Validitas.....	39
Tabel 4 3 Hasil Uji Reliabilitas.....	41
Tabel 4 4 Interpretasi Kelas Interval.....	42
Tabel 4 5 Deskriptif Variabel Green Marketing.....	42
Tabel 4 6 Deskriptif Variabel Kesadaran Merek.....	43
Tabel 4 7 Deskriptif Variabel Sikap.....	44
Tabel 4 8 Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	45
Tabel 4 9 Uji Normalitas.....	49
Tabel 4 10 Hasil dari Degree Of Freedom.....	50
Tabel 4 11 Hasil Pengujian Outliers.....	51
Tabel 4 12 Identifikasi Model Struktural.....	56
Tabel 4 13 Menilai Goodness of Fit.....	57
Tabel 4 14 Hasil RMSEA.....	57
Tabel 4 15 Hasil GFI.....	58
Tabel 4 16 Hasil AGFI.....	58
Tabel 4 17 Hasil CMIN/DF.....	59
Tabel 4 18 Hasil TLI.....	59
Tabel 4 19 Hasil CFI.....	60
Tabel 4 20 Hasil Pengujian Hipotesis.....	61
Tabel 4 21 Pengaruh Langsung.....	64
Tabel 4 22 Pengaruh Tidak Langsung.....	64
Tabel 4 23 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	65
Tabel 4 24 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	65

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 1 Data Sampah Plastik .....	2
Gambar 1 2 Market Leader Air Mineral Dalam Kemasan.....	2
Gambar 2 1 Kerangka Pemikiran.....	23
Gambar 4 1 Diagram Jalur .....	47
Gambar 4 2 Persamaan Struktural .....	48

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	81
Lampiran 2 Data Responden.....	86
Lampiran 3 Uji Validitas .....	95
Lampiran 4 Uji Reliabilitas.....	96
Lampiran 5 Statistik Deskriptif.....	97
Lampiran 6 Persamaan Struktural.....	99
Lampiran 7 Uji Normalitas .....	100
Lampiran 8 Uji Outlier.....	101
Lampiran 9 <i>Computation of degress of freedom</i> .....	106
Lampiran 10 Uji <i>Goodness Of Fit Indeks</i> .....	107
Lampiran 11 Uji Hipotesis Pengaruh Langsung .....	108
Lampiran 12 Pengaruh Tidak Langsung .....	109
Lampiran 13 Hasil Turnitin .....	110