

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS HIJAU, CITRA MEREK HIJAU,
KEPERCAYAAN MEREK HIJAU DAN KESADARAN MEREK HIJAU
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK LARISSA AESTHETIC
CENTER DI KOTA YOGYAKARTA**

*THE EFFECT OF GREEN QUALITY PERCEPTION, GREEN BRAND IMAGES,
GREEN BRAND TRUST AND GREEN BRAND AWARENESS TO PURCHASE
DECISION OF LARISSA AESTHETIC CENTER PRODUCTS IN YOGYAKARTA*

SKRIPSI



Oleh:

MUHAMMAD ROHWANDI

20130410276

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

2020

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS HIJAU, CITRA MEREK HIJAU,
KEPERCAYAAN MEREK HIJAU DAN KESADARAN MEREK HIJAU
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK LARISSA AESTHETIC
CENTER DI KOTA YOGYAKARTA**

*THE EFFECT OF GREEN QUALITY PERCEPTION, GREEN BRAND IMAGES,
GREEN BRAND TRUST AND GREEN BRAND AWARENESS TO PURCHASE
DECISION OF LARISSA AESTHETIC CENTER PRODUCTS IN YOGYAKARTA*

SKRIPSI

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



Oleh:

MUHAMMAD ROHWANDI

20130410276

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

2020

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Muhammad Rohwandi

Nomor Mahasiswa : 20130410276

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul “**Pengaruh Persepsi Kualitas Hijau, Citra Merek Hijau, Kepercayaan Merek Hijau dan Kesadaran Merek Hijau terhadap Keputusan Pembelian Produk Larissa Aesthetic Center 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, 27 Oktober 2020



Muhammad Rohwandi

HALAMAN MOTTO

*“Sukses bukanlah kunci kebahagiaan, Kebahagiaan adalah kunci kesuksesan.
Jika Anda mencintai apa yang Anda lakukan, Anda akan mendapatkan
kesuksesan itu. Sesungguhnya jalan menuju kebahagiaan ada didepan Anda,
maka carilah ia dalam ilmu, amal saleh, dan akhlak yang mulia. Dan
sederhanakanlah dalam setiap urusan, maka Anda akan berbahagia.”*

*“Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan
sungguh-sungguh (urusan) yang lain”
(Al-Insyirah: 7)*

*“Teman Sejati adalah ia yang meraih tangan Anda
dan menyentuh hati Anda”
(Heather Pryor)*

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati, ingin kupersembahkan sebuah karya kecil yang telah berhasil kuselesaikan ini kepada :

Almamaterku tercinta Program Studi Manajemen dan Bisnis Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Secara khusus skripsi ini kupersembahkan kepada kedua orang tuaku terima kasih telah merawat, menjaga, membimbing, melindungi serta selalu mendoakan dan memberikan dukungan baik moril maupun materiil yang pastinya tidak ternilai dan tidak dapat terbayar oleh apa pun.

Untuk para Dosen, baik pengajar, pembimbing akademik, pembimbing skripsi maupun penguji skripsi, terima kasih yang sebesar - besarnya atas ilmu, bimbingan, kritik, saran, masukan dan lain sebagainya guna menjadikan penulis pribadi yang lebih baik di masa depan.

INTISARI

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh antara persepsi kualitas hijau, citra merek hijau, kepercayaan merek hijau dan kesadaran merek hijau terhadap keputusan pembelian Larissa Aesthetic Center. Pengambilan sampel dilakukan melalui survei dari konsumen yang tinggal di Yogyakarta. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 150 responden. *Purposive sampling* digunakan sebagai teknik pengambilan sampel dan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Analisis regresi berganda digunakan sebagai metode analisis untuk mengetahui pengaruh variabel yang terlibat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (a) persepsi kualitas hijau berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (b) citra merek hijau berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (c) kepercayaan merek hijau berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (d) kesadaran merek hijau berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian adalah kesadaran merek hijau.

Kata Kunci : Persepsi Kualitas Hijau, Citra Merek Hijau, Kepercayaan Merek Hijau, Kesadaran Merek Hijau, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The purposes of the study are to explore the effects among green quality perception, green brand images, green brand trust and green brand awareness on purchase decision of Larissa Aesthetic Center. The samples are collected through a survey from consumer living in Yogyakarta. The number of samples used in this study were 150 respondents. Purposive sampling was used as a sampling technique and collecting data technique used is questionnaire. Multiple regression analysis was used as a method of analysis to determine the influence of variable involved. The result of this showed that (a) green quality perception has positive and significant effect on purchase decision, (b) green brand image has positive and significant effect on purchase decision (c) green brand trust has positive and significant effect on purchase decision (d) green brand awareness has positive and significant effect on purchase decision. The variable that has the most dominant influence on purchase decision is green brand awareness.

Keyword : Green Quality Perception, Green Brand Image, Green Brand Awareness, Green Brand Trust, Purchase Decision

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmat dalam penulisan skripsi dengan judul **“Pengaruh Persepsi Kualitas Hijau, Citra Merek Hijau, Kepercayaan Merek Hijau dan Kesadaran Merek Hijau terhadap Keputusan Pembelian Produk Larissa Aesthetic Center Di Kota Yogyakarta”**.

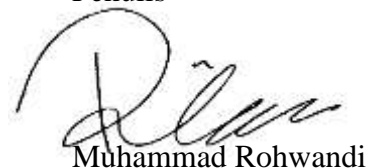
Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan masukan bagi organisasi dalam penggunaan taktik mempengaruhi dalam pengambilan keputusan organisasional dan 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. Bapak Rizal Yaya, SE., M.Sc., Ph.D., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Retno Widowati, PA., M.Si., Ph.D. Selaku Ketua Program Studi Manajemen telah memberikan petunjuk, bimbingan, kemudahan dan kesabaran yang luar biasa selama penulis menyelesaikan studi.
3. Ibu Dr. Indah Fatmawati, SE., M. Si., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian karya tulis ini.

Yogyakarta, 27 Oktober 2020

Penulis



Muhammad Rohwandi

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	Error! Bookmark not defined.
A. Latar Belakang Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
B. Rumusan Masalah Penelitian	Error! Bookmark not defined.
C. Tujuan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
D. Manfaat Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	Error! Bookmark not defined.
A. Landasan Teori	Error! Bookmark not defined.
1. Keputusan Pembelian.....	Error! Bookmark not defined.
2. Persepsi Kualitas Hijau	Error! Bookmark not defined.
3. Citra Merek Hijau.....	Error! Bookmark not defined.
4. Kepercayaan Merek Hijau.....	Error! Bookmark not defined.
5. Kesadaran Merek Hijau.....	Error! Bookmark not defined.
B. Penelitian Terdahulu.....	Error! Bookmark not defined.
C. Hubungan Antar Variabel.....	Error! Bookmark not defined.
D. Model Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODE PENELITIAN.....	Error! Bookmark not defined.
A. Desain Penelitian	Error! Bookmark not defined.
B. Objek dan Subjek penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
C. Jenis Data.....	Error! Bookmark not defined.
D. Teknik Pengambilan Sampel	Error! Bookmark not defined.
E. Metode pengumpulan data.....	Error! Bookmark not defined.
F. Definisi Operasional Variabel	Error! Bookmark not defined.
G. Uji Kualitas dan Instrumen Penelitian...	Error! Bookmark not defined.

H. Uji Asumsi Klasik	Error! Bookmark not defined.
I. Analisis Data dan Uji Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined.
A. Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
B. Hasil Uji Kualitas Instrumen	Error! Bookmark not defined.
C. Hasil Analisis Statistik Deskriptif	Error! Bookmark not defined.
D. Hasil Uji Normalitas Data	Error! Bookmark not defined.
E. Hasil Uji Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
F. Pembahasan	Error! Bookmark not defined.
1. Pengaruh Persepsi Kualitas terhadap Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
2. Pengaruh Citra Merek Hijau terhadap Keputusan Pembelian.....	Error! Bookmark not defined.
3. Pengaruh Kepercayaan Merek Hijau terhadap Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
4. Pengaruh Kesadaran Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	Error! Bookmark not defined.
BAB V SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN...	Error! Bookmark not defined.
A. Simpulan.....	Error! Bookmark not defined.
B. Keterbatasan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
C. Saran	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN.....	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

- Tabel 3.1 Indikator Penelitian**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.1 Karakteristik Responden**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas.....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.3 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Persepsi Kualitas Hijau **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.4 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Citra Merek Hijau **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.5 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Kepercayaan Merek Hijau **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.6 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Kesadaran Merek Hijau **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.7 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.9 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.10 Hasil Uji F (Simultan).....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.11 Analisis Koefisien Determinasi**Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
Gambar 2.2 Piramida Kesadaran Merek	Error! Bookmark not defined.
Gambar 2.3 Model Penelitian	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.1 Grafik Probability Plot	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.2 Hasil Penelitian	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....**Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 2. Output SPSS Uji Kualitas Instrumen.**Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 3. Output SPSS Uji Normalitas**Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 4. Output SPSS Analisis Statistik Deskriptif**Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 5. Output SPSS Analisis Regresi Linier Berganda**Error! Bookmark not defined.**

