

**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI *GREEN MARKETING* DAN  
PERSEPSI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*  
TERHADAP CITRA MEREK DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PADA KONSUMEN PRODUK SUSU UHT ULTRA MILK  
DI YOGYAKARTA**

***ANALYZE THE INFLUENCE OF GREEN MARKETING  
PERCEPTION AND CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY  
PERCEPTION TOWARDS BRAND IMAGE AND PURCHASE  
DECISION ON CONSUMERS OF ULTRA MILK UHT MILK  
PRODUCTS IN YOGYAKARTA***

**SKRIPSI**

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



Oleh

**AISYA ZALFATURRAHMA  
NIM 20190410335**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
2022**

## PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Aisya Zalfaturrahma

Nomor Mahasiswa : 20190410335

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: **ANALISIS PENGARUH PERSEPSI GREEN MARKETING DAN PERSEPSI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP CITRA MEREK DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN PRODUK SUSU UHT ULTRA MILK DI 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, 24 November 2022



Aisya Zalfaturrahma

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur penulis haturkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan kesehatan, rahmat, dan hidayah-Nya, sehingga penulis masih diberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat mendapatkan gelar kesarjanaan. Meskipun jauh dari kata sempurna, tetapi penulis bersyukur mampu mencapai titik ini yang pada akhirnya skripsi ini dapat selesai di waktu yang tepat.

Skripsi atau Tugas Akhir ini saya persembahkan kepada:

1. Harta yang paling berharga yakni Ayah dan Bunda tercinta, serta saudara-saudara tersayang, Rizal, Naura, dan Nuna yang senantiasa memberikan motivasi dan dukungan penuh pada penulis sehingga dapat menyelesaikan studi dengan baik.
2. Ibu Nyai Hj. Husnul Khotimah Warson, pengasuh PP Al-Munawwir Komplek Q sebagai orang tua kedua di pondok yang telah menjadi panutan bagi penulis.
3. Kawan-kawan Kamar 4B dan Kridos Timur yang sudah saya anggap seperti keluarga di PP Al-Munawwir Komplek Q, kalianlah tempat berbagi cerita sekaligus pengingat untuk terus semangat dalam menimba ilmu duniawi maupun akhirat.
4. Semua teman sekelas dari awal perkuliahan yaitu teman-teman Kelas H angkatan 2019, terutama sahabat-sahabat terbaik seperjuangan saya, Bella, Fita, dan Indah yang telah berkenan menjadi tempat berkeluh kesah dan selalu membersamai hingga akhir proses penyelesaian skripsi ini.
5. Kepada teman-teman dan saudara yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, saya persembahkan skripsi ini untuk kalian semua.

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan karunia dan rahmat-Nya pada penulisan skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh Persepsi *Green Marketing* dan Persepsi *Corporate Social Responsibility* terhadap Citra Merek dan Keputusan Pembelian pada Konsumen Produk susu UHT Ultra Milk di 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 mampu memberikan saran bagi organisasi dalam mengelola strategi yang mempengaruhi pengambilan keputusan organisasional dan memberikan ide pengembangan bagi peneliti 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 Prof. Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak., CA., CRP., selaku Dekan Fakultas Ekonomi 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 Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan arahan dan dukungan selama penulis menyelesaikan studi.
3. Ibu Retno Widowati PA., SE., M.Si., Ph.D., yang dengan penuh kesabaran serta kebaikan hati telah memberikan saran dan bimbingan selama proses penyelesaian karya tulis ini.
4. Seluruh Dosen Pengajar Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan banyak ilmu hingga penulis menyelesaikan studi.

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

Yogyakarta, 24 November 2022



Aisya Zalfaturrahma

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN.....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>INTISARI .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian .....	8
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Manfaat Penelitian .....	10
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>12</b>
A. Landasan Teori.....	12
B. Penelitian Terdahulu .....	17
C. Pengembangan Hipotesis .....	28
D. Model Penelitian .....	35
<b>BAB III. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>36</b>
A. Objek dan Subjek Penelitian .....	36
B. Jenis Data .....	36
C. Teknik Pengambilan Sampel.....	37
D. Teknik Pengambilan Data .....	38
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	40
F. Uji Kualitas Instrumen .....	45
G. Uji Hipotesis dan Analisis Data .....	47
<b>BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>54</b>

A. Gambaran Umum Objek/ Subjek Penelitian.....	54
B. Uji Kualitas Instrumen dan Data.....	60
C. Hasil Penelitian .....	69
D. Pengujian Hipotesis dan Pembahasan.....	83
<b>BAB V. SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN.....</b>	<b>93</b>
A. Simpulan .....	93
B. Keterbatasan Penelitian.....	94
C. Saran.....	94
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>96</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>101</b>

## DAFTAR TABEL

1.1	Indonesia Index Merek Susu dalam Kemasan Siap Minum .....	5
2.1	Penelitian Terdahulu .....	17
3.1	Skala Likert .....	39
3.2	Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	41
4.1	Karakteristik Penyebaran Kuesioner .....	55
4.2	Karakteristik Usia Responden .....	56
4.3	Karakteristik Jenis Kelamin Responden .....	57
4.4	Karakteristik Pendidikan Terakhir Responden .....	57
4.5	Karakteristik Pekerjaan Responden .....	58
4.6	Karakteristik Penghasilan per Bulan Responden .....	58
4.7	Hasil Uji Validitas .....	61
4.8	Hasil Uji Reliabilitas .....	63
4.9	Interpretasi Kelas Interval .....	64
4.10	Statistik Deskriptif Variabel Persepsi <i>Green Marketing</i> .....	65
4.11	Statistik Deskriptif Variabel Persepsi <i>Corporate Social Responsibility</i> ...	66
4.12	Statistik Deskriptif Variabel Citra Merek .....	67
4.13	Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian .....	68
4.14	Hasil Assessment of Normality .....	72
4.15	Hasil Pengujian Outlier .....	75
4.16	Hasil Computation of Degrees of Freedom .....	77
4.17	Hasil Uji Goodness of Fit Index .....	78
4.18	Hasil RMSEA .....	79
4.19	Hasil GFI .....	80
4.20	Hasil AGFI .....	80
4.21	Hasil CMIN/ DF .....	81
4.22	Hasil TLI .....	81
4.23	Hasil CFI .....	82
4.24	Hasil Pengujian Hipotesis Pengaruh Langsung .....	83
4.25	Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis Pengaruh Langsung .....	84

4.26 Hasil <i>Standardized Direct Effects</i> .....	90
4.27 Hasil <i>Standardized Indirect Effects</i> .....	90
4.28 Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung .....	90



## DAFTAR GAMBAR

1.1	Komposisi Sampah berdasarkan Jenis Sampah di Indonesia 2022.....	1
1.2	Pangsa Pasar Susu UHT (Per 30 September 2021).....	4
1.3	Label FSC pada Susu Ultra Milk .....	7
2.1	Model Penelitian .....	35
4.1	Diagram Jalur .....	70
4.2	Persamaan Struktural .....	71
4.3	Hasil dari Degree of Freedom .....	74

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....	102
Lampiran 2 Data Responden .....	108
Lampiran 3 Uji Validitas .....	116
Lampiran 4 Uji Reliabilitas .....	117
Lampiran 5 Statistik Deskriptif .....	120
Lampiran 6 Persamaan Struktural .....	122
Lampiran 7 Uji Normalitas.....	122
Lampiran 8 Uji Outlier .....	123
Lampiran 9 <i>Computation of Degrees of Freedom</i> .....	126
Lampiran 10 Uji <i>Goodness of Fit Indeks</i> .....	126
Lampiran 11 Uji Hipotesis Secara Langsung.....	127
Lampiran 12 Uji Hipotesis Tidak Langsung .....	128