

**SKRIPSI**  
**PENGARUH PEMASARAN HIJAU DAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL**  
**PERUSAHAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN**  
**PENGETAHUAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**  
**(Studi pada Konsumen The Body Shop Daerah Istimewa Yogyakarta)**

***THE INFLUENCE OF GREEN MARKETING AND CORPORATE SOCIAL***  
***RESPONSIBILITY ON PURCHASING DECISIONS WITH CONSUMER***  
***KNOWLEDGE AS A MEDIATION VARIABLE***  
***(Study on Consumers of The Body Shop Yogyakarta Special Region)***



Oleh

**SUSI BAEDATUL RUMMI**

**20200410080**

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

**2023**

**PENGARUH PEMASARAN HIJAU DAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL  
PERUSAHAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN  
PENGETAHUAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI  
(Studi pada Konsumen The Body Shop Daerah Istimewa Yogyakarta)**

***THE INFLUENCE OF GREEN MARKETING AND CORPORATE SOCIAL  
RESPONSIBILITY ON PURCHASING DECISIONS WITH CONSUMER  
KNOWLEDGE AS A MEDIATION VARIABLE  
(Study on Consumers of The Body Shop Yogyakarta Special Region)***

**SKRIPSI**

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



Oleh

**SUSI BAEDATUL RUMMI**

**20200410080**

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

**2023**

## PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Susi Baedatul Rummi

Nomor Mahasiswa : 20200410080

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: "**PENGARUH PEMASARAN HIJAU DAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN PENGETAHUAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi pada Konsumen The Body Shop Daerah Istimewa 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.



Desember 2023  
  
Susi Baedatul Rummi  
20200410080

## **PERSEMBAHAN**

Dengan rasa syukur yang mendalam, dengan telah diselesaikannya skripsi ini penulis mempersembahkan kepada:

1. Kepada Mama Matahari dan Bapak Abd. Rasyid yang selalu membuat penulis termotivasi dan selalu menyirami kasih sayang, selalu mendoakan, selalu menasehati menjadi lebih baik. Terima kasih Ibu Terimah kasih Ayah atas semua yang telah engkau berikan semoga diberi kesehatan dan panjang umur agar dapat menemani langkah kecilku menuju kesuksesan.
2. Kepada Kakek dan Nenek Saya yang telah memberikan dukungan bagi saya dalam mengerjakan skripsi ini.
3. Kepada kakak-kakak dan adik-adik saya yang telah memberikan dukungan serta doa agar saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Kepada teman-teman seperjuangan saya Muh Idhar Fauzi, Oryza Alfat Amalia, Divareswati Pramesdila, Siti Nujanah, dan Andini Salmatyas Witanti, Aprilia Nurjayanti, dan Niko Arga Wulandari yang telah memberikan dukungan, bantuan serta telah kebersamai saya dari awal semester hingga saat ini.
5. Kepada semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah membantu saya dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.

## **KATA PENGANTAR**

Segala puji bagi Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah memberikan kemudahan, kesempatan, kesehatan, karunia dan rahmat sehingga saya dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh Pemasaran Hijau dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan terhadap Keputusan Pembelian dengan Pengetahuan Konsumen sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Konsumen The Body Shop Daerah Istimewa 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 referensi dan kontribusi terhadap *study* tentang perkembangan bisnis The Body Shop di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Prof. Rizal Yaya SE., M.Sc., Ph.D., Ak., CA. 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 Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan bimbingan dan kemudahan penulis menyelesaikan studi.

3. Ibu Hasnah Rimiyati, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian karya tulis ini.
4. Ayah dan Ibu serta saudara-saudaraku 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.

Sebagai penutup, penulis menyadari masih banyak kekurangan dan kesalahan yang terdapat di dalam skripsi ini. Oleh karena itu dengan lapang dada penulis menerima kritik, saran dan opini yang dapat membangun untuk skripsi ini agar dapat mengembangkan kemampuan penulis serta pengembangan topik penelitian ini bagi peneliti selanjutnya.

Yogyakarta, 5 Desember 2023



Susi Baedatul Rummi  
20200410080

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO .....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
INTISARI.....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA .....	9
A. Landasan Teori .....	9
B. Hasil Penelitian Terdahulu .....	23
C. Hipotesis Penelitian .....	31
D. Model Penelitian.....	38

BAB III .....	40
METODE PENELITIAN.....	40
A. Objek dan Subjek Penelitian .....	40
B. Jenis Data.....	40
C. Teknik Pengambilan Sampel .....	40
D. Teknik Pengumpulan Data .....	43
E. Definisi Operasional Variabel.....	44
F. Uji Kualitas Instrumen .....	46
G. Analisis Data dan Uji Hipotesis .....	48
BAB IV .....	55
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	55
A. Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian.....	55
B. Uji Kualitas Instrumen dan Data .....	59
C. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis).....	61
D. Uji Hipotesis.....	74
E. Pembahasan.....	80
BAB V.....	91
SIMPULAN, KETERBATANSAN PENELITIAN DAN SARAN .....	91
A. Kesimpulan.....	91
B. Keterbatan Penelitian.....	91
C. Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA .....	95
LAMPIRAN.....	98



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 5 Brand Kosmetik yang menerapkan Pemasaran hijau.....	2
Tabel 1. 2 Top Brand Award.....	3
Tabel 2. 1 Penelitian terdahulu.....	23
Tabel 3. 1 Skala Likert 5 .....	43
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....	46
Tabel 4. 1 Jenis kelamin Responden .....	56
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	57
Tabel 4. 3 Domisili Responden .....	57
Tabel 4. 4 Pendidikan Terakhir Responden .....	58
Tabel 4. 5 Pekerjaan Responden .....	58
Tabel 4. 6 Penghasilan Perbulan Responden .....	59
Tabel 4. 7 Uji Validitas .....	60
Tabel 4. 8 Uji Reliabilitas .....	61
Tabel 4. 9 Skala Interval .....	62
Tabel 4. 10 Analisis Deskriptif Variabel Pemasaran Hijau .....	62
Tabel 4. 11 Analisis Deskriptif Tanggung Jawab Sosial Perusahaan .....	63
Tabel 4. 12 Analisis Deskriptif Pengetahuan Konsumen.....	63
Tabel 4. 13 Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian .....	64
Tabel 4. 14 <i>Degree of Freedom</i> .....	67
Tabel 4. 15 Uji Normalitas.....	68
Tabel 4. 16 <i>Bootstrapping</i> .....	69
Tabel 4. 17 <i>Minimum was achieved</i> .....	71
Tabel 4. 18 Uji <i>Outliers</i> .....	71
Tabel 4. 19 Uji <i>Goodness-Of-Fit</i> .....	72
Tabel 4. 20 Uji Hipotesis Pengaruh Langsung.....	75
Tabel 4. 21 Uji Hipotesis Tidak Pengaruh Langsung .....	79

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2. 1 Tahapan Keputusan Pembelian .....	10
Gambar 2. 2 Model Pemikiran Konseptual.....	38
Gambar 4. 1 Diagram Alur.....	65
Gambar 4. 2 Persamaan Struktural.....	66

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	99
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	104
Lampiran 3 Karakteristik Demografi Responden .....	108
Lampiran 4 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	110
Lampiran 5 Data Output Amos .....	112