

HALAMAN JUDUL

**PERAN *BRAND IMAGE* MEMEDIASI PENGARUH *GREEN MARKETING*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK AIR MINERAL
DALAM KEMASAN AQUA**

(Studi pada Konsumen Produk Aqua di Yogyakarta)

***THE ROLE OF BRAND IMAGE MEDIATES THE INFLUENCE OF GREEN
MARKETING ON PURCHASING DECISIONS ON BOTTLED MINERAL WATER
PRODUCTS AQUA***

(Study on Aqua Product Consumers in Yogyakarta)

SKRIPSI

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



Oleh

Takhbir Ramadhan

20170410486

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

2024

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Takhbir Ramadhan

Nomor Mahasiswa : 20170410486

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: **PERAN *BRAND IMAGE* MEMEDIASI PENGARUH *GREEN MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK AIR MINERAL DALAM KEMASAN AQUA (Studi pada Konsumen Produk Aqua 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, 06 Juli 2024

A handwritten signature in black ink is written over a rectangular stamp. The stamp features a portrait of a man and the text 'SEPULUH RIBU RUPIAH' on the left, '10000' in the center, and '5A545AJX017204510' at the bottom. The signature is stylized and appears to read 'Takhbir Ramadhan'.

TAKHBIR RAMADHAN

PERSEMBAHAN

Rasa syukur saya panjatkan dan saya rasakan hingga saat ini, ada berbagai macam dukungan yang saya dapatkan untuk menyelesaikan penelitian ini sampai selesai. Saya ucapkan banyak terimakasih yang sebesar-besarnya kepada orang-orang yang telah memberikan semangat hingga terselesaikanya penelitian ini:

1. Skripsi ini saya persembahkan kepada kedua orang tua saya, bapak dan ibu yang selalu memberikan masukan, semangat dan tidak hentinya mendoakan yang terbaik buat saya. Terima kasih kepada bapak dan ibu yang telah membuat segalanya mungkin sehingga bisa sampai tahap terselesaikanya skripsi ini.
2. Kepada Bapak dan Ibu dosen serta segenap civitas Universitas Muhammadiyah Yogyakarta terkhusus program studi Manajemen.
3. Kepada diri sendiri yang sudah berusaha, semangat dan tidak putus asa hingga terselesaikanya skripsi ini.
4. Saudara-saudara yang memberikan semangat dan dukunganya sehingga skripsi ini bisa terselesaikan.
5. Teman-teman kuliah seangkatan, adik tingkat, teman organisasi, teman satu kampus ataupun beda kampus yang memberikan masukan dan semangat.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas rahmat dan hidayah yang telah diberikan sehingga bisa menyelesaikan skripsi hingga tahap akhir sebagai persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Skripsi ini telah diselesaikan oleh peneliti, dimana membutuhkan waktu yang tidak sebentar dalam proses mengerjakannya. Tujuan skripsi ini untuk menunjukkan hasil dari penelitian yang telah diteliti. Dalam proses penyusunan skripsi ini peneliti telah dibimbing serta diarahkan oleh berbagai pihak. Berdasarkan hal berikut peneliti mengucapkan rasa hormat dan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak., CRP selaku Dekan Fakultas Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Dr. Rr. Sri Handari W, SE.,M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Bapak Sutrisno Wibowo, SE., MM., dosen pembimbing skripsi yang selalu memberikan masukan dan saran dalam menyelesaikan skripsi.
4. Segenap dosen pengampu mata kuliah di Program Studi Manajemen serta segenap civitas akademik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Skripsi telah dikerjakan sebaik mungkin, namun ada beberapa kekurangan didalamnya. Dengan ini, saran dan kritik dari berbagai pihak yang membacanya skripsi ini sangat diharapkan. Dengan penelitian yang berbentuk skripsi ini bisa menyalurkan pengetahuan, dan manfaat.

Yogyakarta, 06 Juli 2024



TAKHBIR RAMADHAN

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iii
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
INTISARI.....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	10
DAFTAR GAMBAR.....	11
DAFTAR TABEL.....	12
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Landasan Teori.....	7
B. Penelitian Terdahulu.....	10
C. Pengembangan Hipotesis Penelitian.....	16
D. Model Penelitian.....	19
BAB III METODE PENELITIAN.....	21
A. Objek dan Subjek Penelitian.....	21
B. Jenis Data.....	21
C. Teknik Pengambilan Sampel.....	22
D. Teknik Pengumpulan Data.....	23
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	24
F. Uji Kualitas Instrumen.....	27
G. Uji Hipotesis dan Analisis Data.....	29
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	32
A. Objek dan Subjek Penelitian.....	32
B. Karakteristik Responden.....	33
C. Deskripsi Variabel Penelitian.....	37
D. Hasil Pengujian Kualitas Instrumen.....	41
E. Analisis Kausalitas dan Pengujian Hipotesis.....	44
F. Pembahasan.....	55
BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN.....	58
A. Simpulan.....	58
B. Keterbatasan Penelitian.....	58
C. Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA.....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar II. 1 Kerangka Konseptual	19
Gambar IV. 1 Model Diagram Jalur	45
Gambar IV. 2 Model Persamaan Struktural.....	46
Gambar IV. 3.....	54
Gambar IV. 4 Hasil Koefisien Path	54

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	10
Tabel 3.1 Variabel Operasional	24
Tabel 4 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	33
Tabel 4 2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	34
Tabel 4 3 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan	35
Tabel 4 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi	35
Tabel 4 5 Karakteristik Berdasarkan Frekuensi Pembelian	36
Tabel 4 6 Karakteristik Berdasarkan Penghasilan	37
Tabel 4 7 Deskripsi Variabel <i>Green Marketing</i>	38
Tabel 4 8 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian	40
Tabel 4 9 Deskripsi Variabel Brand Image	41
Tabel 4 10 Uji Validitas Green Marketing	41
Tabel 4 11 Uji Validitas Keputusan Pembelian	42
Tabel 4 12 Uji Validitas <i>Brand Image</i>	43
Tabel 4 13 Hasil Uji Normalitas	47
Tabel 4 14 Hasil Uji <i>Outliers</i>	49
Tabel 4 15 Hasil Uji Model Struktural	49
Tabel 4 16 Hasil <i>Goodness Of Fit</i> Model Pengukuran	50
Tabel 4 17 Hubungan Kausalitis Model	52