

HALAMAN JUDUL

**PENGARUH GREEN MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MELALUI CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL
MEDIASI
(Studi Pada Mahasiswa FEB UMY Pengguna smartphone Iphone)**

***THE EFFECT OF GREEN MARKETING ON PURCHASE DECISION
THROUGH BRAND IMAGE AS A MEDIATION VARIABLE
(Study On UMY FEB Students Who Use Iphone Smartphone)***

SKRIPSI

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



Disusun oleh:

Ahmad Rijal Firdaus

20190410432

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

2024

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Ahmad Rijal Firdaus

Nomer Mahasiswa : 20190410432

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul **“PENGARUH GREEN MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI”** Tidak ada karya yang telah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana di Perguruan Tinggi mana pun dan, sejauh yang saya ketahui, tidak ada karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan selain yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan tercantum dalam daftar pustaka. Jika ternyata dalam skripsi ini ditemukan karya atau pendapat yang telah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, saya bersedia membatalkan karya tersebut.

Yogyakarta, 08 Juni 2024



Ahmad Rijal Firdaus

HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirahim, segala puji saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan segala karunia-Nya, sehingga atas ridho-Nya, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Green Marketing terhadap Keputusan Pembelian dengan Citra Merek sebagai variabel mediasi (Studi Pada Mahasiswa FEB UMY Pengguna Smartphone Iphone)”. Tak lupa shalawat serta salam saya haturkan kepada baginda besar Nabi Muhammad SAW sang revolusioner yang telah membawa umatnya dalam naungan cahaya islam sehingga kita dapat merasakan indahnya keislaman pada saat ini. Syukur Alhamdulillah, saya persembahkan karya tulis saya ini kepada pihak yang berpengaruh dalam perjalanan hidup saya yaitu:

1. Kedua orang tua saya, ayah dan ibu yang telah membesarkan saya hingga saat ini, menemani perjalanan hidup saya dan selalu memberikan doa, dukungan dan pengalaman hidup yang penuh makna. Serta adik saya yang selalu memberikan kebahagiaan-kebagian kecil yang menjadi semangat tersendiri bagi saya.
2. Teman-temanku semuanya yang selalu memberi motivasi serta mengajarkan saya arti sebuah usaha dan ketekunan serta kesabaran dalam menghadapi kehidupan.

KATA PENGANTAR

Puja dan puji Syukur, penulis memanjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah menganugerahi hidayah dan rahmatnya sehingga sampai saat ini penulis dan kawan-kawan semua dianugerahi nikmat iman, nikmat kesehatan, dan anugerah lainnya yang sangat luar biasa. Lalu dapat dengan lancar menyelesaikan dan mengakhiri penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Green Marketing terhadap Keputusan Pembelian dengan Citra Merek sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Mahasiswa Feb Umy Pengguna Smartphone Iphone)”. Penyusunan dan penulisan skripsi ini tidak terlepas dari konseling, *support* dan doa dari berbagai pihak, dan oleh karena itu pada kesempatan saat ini saya mengucapkan banyak terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada :

1. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
Prof. Rizal Yaya SE., M.Sc., Ph.D., Ak., CA, CRP yang telah memberikan kemudahan terhadap penulis dalam menyelesaikan studi saya.
2. Ibu Dr. Rr. Sri Handari Wahyuningsih SE., M.Si. selaku Kepala Program Studi Manajemen FEB UMY.
3. Dosen pembimbing skripsi Bapak Radyan Dananjoyo, SE., MM., M.Sc., Ph.D. yang dengan penuh kesabaran dalam memberikan masukan, bimbingan, dan ilmu selama proses penyelesaian skripsi.
4. Kedua orang tua saya, ayah dan ibu yang telah membesarkan saya hingga saat ini, menemani perjalanan hidup saya dan selalu memberikan doa, dukungan dan pengalaman hidup yang penuh makna. Serta adik saya yang selalu

memberikan kebahagiaan-kebagian kecil yang menjadi semangat tersendiri bagi saya.

5. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu tetapi sangat banyak terimakasih atas perjalanan yang penuh rintangan sehingga saya bisa mengerti makna kehidupan yang dapat saya pelajari dalam bentuk dukungan, bantuan, perilaku dan semangat dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu, penulis akan menerima kritik dan saran dalam bentuk apapun sebagai bahan pembelajaran ke depan. Namun demikian, penulis berharap karya tulis ini dapat memberikan manfaat.

Yogyakarta, 08 Juni 2024



Ahmad Rijal Firdaus

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
INTISARI	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Pendahuluan	1
B. Pertanyaan Penelitian.....	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
BAB II LANDASAN TEORI	10
A. Kerangka Teori	10
B. Definisi Konseptual	12
C. Temuan Penelitian Terdahulu	14
D. Hubungan Antar Variabel	19
E. Model Penelitian.....	22
BAB III METODE PENELITIAN	24
A. Pendekatan Penelitian	24
B. Objek dan Subjek Penelitian	24
C. Jenis Data.....	25
D. Teknik Pengambilan Sampel	25

E. Teknik Pengumpulan Data	26
F. Identifikasi Variabel	27
G. Definisi Operasional	28
H. Uji Kualitas Instrumen	28
I. Metode Analisa Data dan Hipotesis	29
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	33
A. Gambaran Umum Objek/subjek Penelitian	33
B. Uji Kualitas Instrumen.....	38
C. Hasil Penelitian	44
D. Pengujian Hipotesis	50
E. Pembahasan.....	53
BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, & SARAN	56
A. Simpulan.....	56
B. Keterbatasan Penelitian	56
C. Saran	57
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN.....	61

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Komparasi Brand Index Smartphone Di Indonesia	5
Tabel 2.1 Temuan Riset Terdahulu	14
Tabel 3.1 Skala Likert	27
Tabel 3.2 Definisi Operasional	28
Tabel 3.3 Goodness of Fit Indices	32
Tabel 4.1 Karakteristik Responden.....	35
Tabel 4.2 Tanggapan mengenai Green Marketing	36
Tabel 4.3 Tanggapan mengenai Citra Merek.....	37
Tabel 4.4 Tanggapan mengenai Keputusan Pembelian	37
Tabel 4.5 Uji CFA Green Marketing.....	39
Tabel 4.6 Uji CFA Citra Merek	40
Tabel 4.7 Uji CFA Keputusan Pembelian.....	42
Tabel 4.8 Uji CR setiap variabel penelitian	43
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas.....	46
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Outliers.....	47
Tabel 4.11 Notes for model (Default model)	48
Tabel 4.12 Hasil Uji Goodness of Fit	49
Tabel 4.13 Hasil antar variabel.....	50
Tabel 4.14 Standardized Direct Effect	52
Tabel 4.15 Standardized Indirect Effect	52

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 2.1 Model Penelitian	22
GAMBAR 4.1 Hasil Uji CFA Green Marketing	38
GAMBAR 4.2 Hasil Uji CFA Citra Merek.....	40
GAMBAR 4.3 Hasil Uji CFA Keputusan Pembelian	41
GAMBAR 4.4 Diagram Jalur	45
GAMBAR 4.5 Model Persamaan Struktural	45

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 : Kuisisioner.....	61
LAMPIRAN 2 : Karakteristik Responden	64
LAMPIRAN 3 : Statistik Deskriptif Variabel	64
LAMPIRAN 4 : Hasil Pengujian	65