

**PENGARUH MEREK HIJAU TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA PRODUK INDUSTRI KOSMETIK HIJAU DI KOTA
YOGYAKARTA**

**(Studi pada Pengguna Produk Kosmetik Hijau Naava Green di Kota
Yogyakarta)**

***THE INFLUENCE OF THE EQUITY OF GREEN BRAND TOWARD
PURCHASING DECISIONS OF GREEN COSMETICS INDUSTRY
PRODUCT IN YOGYAKARTA CITY***

(Study on Green Cosmetics Product User Naava Green in Yogyakarta City)

SKRIPSI

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



Oleh

HERI

20130410287

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2017

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Heri

Nomor Mahasiswa : 20130410287

Prodi : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul **“PENGARUH MEREK HIJAU TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA INDUSTRI KOSMETIK HIJAU DI KOTA YOGYAKARTA”**. Tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi ini atau perguruan tinggi lain kecuali bagian – bagian tertentu saya ambil sebagai acuan dengan mengikuti tata cara dan etika penulisan karya tulis ilmiah 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, 3 April 2017

HERI

Motto

“Dan sebaik baik manusia adalah manusia yang bermanfaat bagi manusia” (HR. Tabrani dan Daruquthni)

“Apa guna punya ilmu tinggi kalau hanya untuk mengibuli, apa guna banyak baca buku kalau mulut kau bungkam melulu” (Whiji Tukul)

“Jangan khawatir ketika anda diacuhkan, tapi berjuanglah untuk layak dikenal” (Abraham Lincoln)

“Lebih baik mati berjuang demi kebebasan daripada menjadi tahanan sehari-hari dalam hidup anda” (Bob Marley)

“Tiadanya keyakinanlah yang membuat orang takut menghadapi tantangan, dan saya percaya pada diri saya sendiri” (Muhammad Ali)

Persembahan

Segala puji dan syukur kita panjatkan kepada Allah SWT serta shalawat dan salam kita haturkan kepada Nabi besar kita Muhammad SAW yang telah memberi karunianya. Dengan kerendahan hati, skripsi ini saya persembahkan kepada Ayah, Ibuku, dan Adikku yang selama ini tak lelah dalam memberikan dorongan, semangat, serta doa yang begitu besar untuk penyelesaian skripsi ini. Almameterku yang saya banggakan yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini. Teman-teman seperjuanganku terima kasih telah membantu dan memberikan semangat untuk penyelesaian skripsi ini.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PENYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
INTISARI	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A . Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A.Konsep Pemasaran Hijau	7
B. Konsep Merek	9
C. Konsep Merek Hijau.....	9
D. Ekuitas Merek Hijau.....	10
E. Citra Merek Hijau	11
F. Kepuasan Merek Hijau	13
G. Kepercayaan Merek Hijau	13
H. Kesadaran Merek Hijau	15
I. Keputusan Pembelian	16
J. Penelitian Terdahulu.....	19
K. Kerangka Teori dan Penurunan Hipotesis.....	20
L. Model Penelitian	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	27
A. Subjek dan Objek Penelitian	27
B. Jenis Data	27
C. Teknik Pengambilan Sampel.....	27
D. Teknik Pengumpulan Data	28
E. Definisi Operasional	28
F. Uji Kualitas Instrumen	33
1. Uji Validitas	33
2. Uji Reliabilitas	33
3. Uji Asumsi Klasik	34
4. Uji Multikolonieritas.....	34
5. Uji Heteroskedastisitas.....	34
6. Uji Normalitas	35
G. Uji Hipotesis dan Analisis Data	35

BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	38
	A. Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian	38
	B. Pengujian Variabel Penelitian	43
	1. Uji Validitas	44
	2. Uji Reliabilitas.	46
	3. Uji Normalitas.....	47
	4. Uji Multikolonieritas.....	48
	5. Uji Heterokedastisitas	49
	C. Analisis Data dan Uji Hipotesis	50
	1. Hasil Uji Signifikansi Stimultan (Uji F)	51
	2. Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji T).....	52
	3. Koefisien Determinasi (Adjusted R ²).....	54
	D. Pembahasan.....	54
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	58
	A. Simpulan	58
	B. Keterbatasan Penelitian	58
	C. Saran	59
	Daftar Pustaka	60
	Lampiran	64

DAFTAR TABEL

3.1. Definisi Operasional.....	29
4.1. Penyebaran Kuisioner Penelitian	38
4.2. Kategori Umum Responden.....	39
4.3. Jenis Kelamin.....	40
4.4. pendidikan Terakhir	41
4.5. Jenis Pekerjaan	42
4.6. Pendapatan Per Bulan	43
4.7. Hasil Pengujian Validitas Citra Merek Hijau.....	44
4.8. Hasil Pengujian Validitas Kepuasan Merek Hijau.....	44
4.9. Hasil Pengujian Validitas Kepercayaan Merek Hijau.....	45
4.10. Hasil Pengujian Validitas Kesadaran Merek Hijau.....	45
4.11. Hasil Pengujian Validitas Keputusan Pembelian.....	46
4.12. Hasil Uji Reliabilitas	47
4.13. Hasil Uji Multikolinieritas	49
4.14. Hasil Uji Hipotesis	51

DAFTAR GAMBAR

2.1. Model Penelitian	26
4.1. Hasil Uji Normalitas	48
4.2. Hasil Uji Heteroskedastisitas	50