

**PENGARUH PERSEPSI *GREEN MARKETING* TERHADAP CITRA
MEREK DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN LAMPU PHILIPS LED
(Studi pada Konsumen Lampu Philips LED di Yogyakarta)**

***THE INFLUENCE OF GREEN MARKETING PERCEPTION ON BRAND
IMAGE AND PURCHASE DECISION OF PHILIPS LED LAMP
(Study on Consumer Philips LED Lamp in Yogyakarta)***

SKRIPSI



Oleh
Gery Tri Yoga
20150410259

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

2019

**PENGARUH PERSEPSI *GREEN MARKETING* TERHADAP CITRA
MEREK DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN LAMPU PHILIPS LED
(Studi pada Konsumen Lampu Philips LED di Yogyakarta)**

***THE INFLUENCE OF GREEN MARKETING PERCEPTION ON BRAND
IMAGE AND PURCHASE DECISION OF PHILIPS LED LAMP
(Study on Consumer Philips LED Lamp in Yogyakarta)***

SKRIPSI

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



Oleh
Gery Tri Yoga
20150410259

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2019**

SKRIPSI

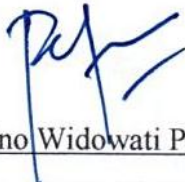
**PENGARUH PERSEPSI *GREEN MARKETING* TERHADAP CITRA
MEREK DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN LAMPU PHILIPS LED
(Studi pada Konsumen Lampu Philips LED di Yogyakarta)**

***THE INFLUENCE OF GREEN MARKETING PERCEPTION ON
BRAND IMAGE AND PURCHASE DECISION OF PHILIPS LED LAMP
(Study on Consumer Philips LED Lamp in Yogyakarta)***



Telah disetujui Dosen Pembimbing

Pembimbing



Retno Widowati PA., M.Si., Ph.D

NIK. 196304071991032001

Tanggal: 18 November 2019

SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI *GREEN MARKETING* TERHADAP CITRA
MEREK DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN LAMPU PHILIPS LED
(Studi pada Konsumen Philips di Yogyakarta)**

***THE INFLUENCE OF GREEN MARKETING PERCEPTION ON BRAND
IMAGE AND PURCHASE DECISION OF PHILIPS LED LAMP
(Study on Consumer Philips LED Lamp in Yogyakarta)***

Diajukan oleh

Gery Tri Yoga

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Tanggal, 18 November 2019

Yang terdiri dari

Siti Dyah Handayani, Dr., SE., MM

NIK 19680531199202 143 012



Retno Widowati PA., M.Si., Ph.D.

NIK 196304071991032 001



Hasnah Rimiati, SE., M.Si.

NIK 19632015198904 143 006



Mentor I Ka Prodi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Retno Widowati PA., M.Si., Ph.D.

NIK 196304071991032 001

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Gery Tri Yoga

Nomor Mahasiswa : 20150410259

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul “**PENGARUH PERSEPSI GREEN MARKETING TERHADAP CITRA MEREK DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN LAMPU PHILIPS LED** (Studi pada Konsumen Lampu Philips LED 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 dibatalkan.

Yogyakarta, 18 November 2019



Gery Tri Yoga

MOTTO

“Barang siapa menempuh suatu jalan untuk mencari ilmu, maka Allah memudahkannya mendapat jalan ke surga”

(H.R Thabrani)

“Tidak ada rahasia untuk sukses. Ini adalah hasil sebuah persiapan, kerja keras dan belajar dari kesalahan”

(Colin Powel)

“Sebaik-baiknya manusia diantaramu adalah yang paling banyak manfaatnya untuk orang lain”

(H.R. Bukhari)

*“Ayahku ialah secarik kertas, ibuku adalah tinta,
aku puisi yang mereka eja dengan doa”*

(Penulis)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk.....

Ibu dan bapak tercinta

Saudara-saudara saya tercinta

Almamaterku tercinta

KATA PENGANTAR

Segala Puja dan Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, kemudahan, kelancaran serta pertolonganNya dalam menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Persepsi *Green Marketing* Terhadap Citra Merek dan Keputusan Pembelian Lampu Philips (Studi pada Konsumen Lampu Philips di Kecamatan Kasihan, Bantul, Yogyakarta)

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Strata 1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberi masukan bagi perusahaan dalam meningkatkan keputusan penjualan melalui *green marketing* dan memberikan gambaran dan referensi bagi penelitian selanjutnya.

Penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bimbingan dari beberapa pihak, oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Bapak Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak., CA. yang telah memberikan petunjuk, bimbingan dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.
2. Ketua Program Studi Manajemen sekaligus dosen pembimbing skripsi saya Ibu Retno Widowati Purnama Asri, M.Si., Ph.D. yang dengan penuh kesabaran dan keramahan telah memberikan masukan dan bimbingan kepada saya selama proses penyelesaian skripsi ini.

3. Kedua orang tua saya yang sangat luar biasa, berkat dorongan dan motivasi mereka saya tetap bertahan untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Semua pihak yang telah memberikan suport, bantuan, semangat serta doa dalam penyelesaian skripsi ini.

Besar harapan penulis agar karya tulis ini bisa bermanfaat untuk semua kalangan. Sebagai kata akhir penulis sadar bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan yang perlu dibenahi. Oleh karenanya, kritik serta saran sangat dibutuhkan untuk pengembangan penelitian selanjutnya dengan topik ini.

Yogyakarta, 18 November 2019

Penulis

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING..... | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | iii |
| HALAMAN PERNYATAAN | iv |
| MOTTO | v |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | vi |
| INTISARI..... | vii |
| <i>ABSTRACT</i> | viii |
| KATA PENGANTAR | ix |
| DAFTAR ISI..... | xi |
| DAFTAR TABEL..... | xiii |
| DAFTAR GAMBAR | xiv |
| 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 |
| 1. <i>Green Marketing</i> | 7 |
| 2. Citra Merek..... | 16 |
| 3. Keputusan Pembelian | 19 |
| B. Hubungan <i>Green Marketing</i> , Citra Merek dan Keputusan Pembelian | 23 |
| C. Penelitian Terdahulu..... | 25 |
| D. Kerangka Konseptual Dan Penurunan Hipotesis | 28 |
| E. Model Penelitian | 32 |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | 34 |
| A. Pendekatan Penelitian | 34 |
| B. Objek/Subjek Penelitian..... | 34 |
| C. Jenis Data | 35 |
| D. Teknik Pengambilan Sampel..... | 35 |

| | |
|---|----|
| E. Teknik Pengumpulan Data | 36 |
| F. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel | 36 |
| G. Uji Kualitas Instrumen | 39 |
| 1) Uji validitas | 39 |
| 2) Uji Reliabilitas..... | 40 |
| H. Teknik Analisis Data | 41 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 50 |
| A. Gambaran Umum Objek/Subjek Penelitian | 50 |
| 1. Gambaran Objek Penelitian..... | 50 |
| 2. Hasil Pengumpulan Data | 50 |
| 3. Profil Responden | 51 |
| B. Uji Kualitas Instrumen dan Data | 54 |
| C. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis)..... | 57 |
| D. Pengujian hipotesis..... | 64 |
| E. Pembahasan..... | 67 |
| BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN | 70 |
| A. Kesimpulan..... | 70 |
| B. Keterbatasan Penelitian | 71 |
| C. Saran..... | 72 |
| DAFTAR PUSTAKA | 73 |
| LAMPIRAN..... | 78 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu..... | 25 |
| Tabel 3. 1 Skala Likert..... | 36 |
| Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel..... | 38 |
| Tabel 3. 3 <i>Goodness of Fit</i> | 48 |
| Tabel 4. 1 Hasil Pengumpulan data | 51 |
| Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... | 51 |
| Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 52 |
| Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan | 52 |
| Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir | 53 |
| Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Pembelian..... | 54 |
| Tabel 4. 7 Uji Validitas | 55 |
| Tabel 4. 8 Uji Validitas Setelah Tidak Valid Dieliminasi | 56 |
| Tabel 4. 9 Uji Reliabilitas | 57 |
| Tabel 4. 10 Uji Identifikasi Model..... | 60 |
| Tabel 4. 11 Hasil Uji <i>Goodness of Fit</i> | 62 |
| Tabel 4. 12 Hasil Uji Hipotesis..... | 64 |
| Tabel 4. 13 <i>Standart Direct Effect</i> | 66 |
| Tabel 4. 14 <i>Standart Indirect Effect</i> | 66 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 2. 1 Tahapan Keputusan Pembelian | 19 |
| Gambar 2. 2 Model Penelitian | 32 |
| Gambar 4. 1 Diagram Jalur | 59 |
| Gambar 4. 2 Persamaan Struktural..... | 59 |
| Gambar 4. 3 SEM Model Full..... | 61 |