

DAMPAK PEMASARAN HIJAU PADA POLA PEMBELIAN KONSUMEN

DAN PENGAMBILAN KEPUTUSAN PADA PRODUK

LOVE BEAUTY AND PLANET

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh:

Dayana Mareta Br Sidabutar

170323845

Fakultas Bisnis dan Ekonomika

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2021

Skripsi

**DAMPAK PEMASARAN HIJAU PADA POLA PEMBELIAN KONSUMEN
DAN PENGAMBILAN KEPUTUSAN PADA PRODUK**

LOVE BEAUTY AND PLANET



Disusun oleh:

Dayana Mareta Br Sidabutar

170323845

Telah dibaca dan disetujui oleh

Pembimbing

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Sheellyana Junaedi".

Prof. Dr. Sheellyana Junaedi MF., SE., M.Si.

Yogyakarta, 13 Juli 2021



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
Fakultas Bisnis dan Ekonomika

SURAT KETERANGAN

No. 844/J/I

Berdasarkan dari Ujian Pendadaran yang diselenggarakan pada hari Senin, 9 Agustus 2021 dengan susunan penguji sebagai berikut:

- | | |
|---|-----------------|
| 1. Prof. Dr. MF. Shellyana Junaedi, M.Si. | (Ketua Penguji) |
| 2. Th. Diah Widiastuti, SE., M.Si. | (Anggota) |
| 3. Nadia Nila Sari, SE., MBA. | (Anggota) |

Tim Penguji Pendadaran Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta telah memutuskan bahwa:

Nama : Dayana Mareta Br Sidabutar

NPM : 170323845

Dinyatakan

Lulus Tanpa Revisi

Surat Keterangan ini dibuat agar dapat digunakan untuk keperluan Yudisium kelulusan Sarjana Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika UAJY.

Dekan,

Dr. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**DAMPAK PEMASARAN HIJAU PADA POLA PEMBELIAN KONSUMEN
DAN PENGAMBILAN KEPUTUSAN PADA PRODUK
*LOVE BEAUTY AND PLANET***

merupakan hasil karya sendiri. Baik pernyataan, ide, maupun kutipan secara langsung atau tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain telah dinyatakan secara tertulis di dalam skripsi ini melalui catatan perut dan daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi, baik sebagian maupun seluruh dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 13 Juli 2021

Yang menyatakan



Dayana Mareta Br Sidabutar

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas kebaikan dan belas kasihan Tuhan Yesus Kristus yang selalu memelihara dan memampukan saya untuk melewati setiap fase-fase kehidupan ini termasuk dalam menyelesaikan penelitian ini. Penelitian dengan judul “Dampak Pemasaran Hijau Pada Pola Pembelian Konsumen dan Pengambilan Keputusan Pada Produk *Love Beauty and Planet*”, dilakukan untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana (S1) pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Saya menuturkan terima kasih kepada seluruh pihak yang selalu mendukung melalui doa, motivasi, waktu, tenaga, dan ide yang diberikan kepada saya. Maka pada kesempatan ini saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang senantiasa memberikan saya semangat baru dalam kelemahan dan keterbatasan kemampuan saya. KasihNya yang begitu besar saya rasakan di setiap proses pelaksanaan penelitian ini, selalu menyatakan pertolongannya melalui orang-orang di sekitar saya. Saya percaya ketika saya sampai pada titik ini, itu semua karena anugerah dari Tuhan Yesus Kristus, Allah Perkasa.
2. Ayah dan Ibu, Bapak Barita Sidabutar dan Ibu Nurmida Purba Siboro sebagai orang tua yang selalu menyebut nama saya dalam setiap doanya. Terima kasih untuk setiap ajaran dan didikan berharga, setiap peluh dan semangat untuk memberikan yang terbaik bagi masa depan saya.
3. Ibu Prof. Dr. Sheellyana Junaedi MF., SE., M.Si. sebagai dosen pembimbing skripsi yang sudah memberikan tenaga, waktu, motivasi

melalui pengalaman-pengalaman hidup yang pernah beliau bagikan, ilmu dan kesabaran dalam membimbing saya menyelesaikan skripsi ini. Kiranya setiap pekerjaan tangan beliau dibuat Tuhan berhasil dan selalu diberikan sukacita dan kesehatan dari Tuhan Yesus.

4. Seluruh dosen, karyawan, dan staff FBE UAJY yang telah memberikan ilmu, waktu, tenaga, dan dukungan selama saya menempuh pendidikan di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
5. Nenek, Kakak, Adik dan seluruh keluarga besar yang telah mendoakan dan memberi saya dukungan doa, tenaga, dan materi selama menjalani pendidikan di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
6. Bapak/Ibu Gembala, seluruh teman-teman pemuda, dan sidang jemaat GpdI Sion Maguwoharjo Yogyakarta yang telah memberi kehangatan dan rasa persaudaraan melalui dukungan dan doa mulai dari awal saya merantau ke Yogyakarta sampai menyelesaikan studi saya.
7. Kak Elisabet dan Meichella alias kak elisabeti dan meiti sebagai sahabat dan saudara seiman di Yogyakarta yang selalu mendengarkan cerita-cerita sedih dan menyenangkan tentang saya, cinta kasih, doa, motivasi, dan pertemanan yang saling membangun dan menguatkan satu sama lain.
8. Dudut Squad sebagai teman seperjuangan dari semester 1 yang telah memberikan dukungan dan rasa saling menghargai yang menjadi pelajaran kehidupan bagi saya.

9. Patricia, Raymond, El, dan teman-teman seperjuangan skripsi bimbingan Ibu Sheelly yang telah memberikan dukungan, ide, waktu, kesempatan yang berharga dan berguna bagi saya dalam menyusun skripsi ini.
10. Teman-teman kelas R yang telah mendukung saya melalui ide, semangat, cerita-cerita berkesan yang menjadi pelajaran kehidupan bagi saya.
11. Sahabat-sahabat sejak SMP dan SMA yang selalu mendengarkan keluh kesah dan memberikan semangat.

Demikian skripsi ini dibuat dengan sebaik-baiknya. Apabila terdapat kekurangan, maka diharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun. Akhir kata, semoga skripsi yang saya buat dapat bermanfaat bagi pembaca, pelaku bisnis, dan teman-teman mahasiswa.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan memberi perlindungan kepada semua pihak yang telah membantu dan menemani penulisan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Yogyakarta, 13 Juli 2021

Penulis



Dayana Mareta Br Sidabutar

MOTTO

Hidup memang berat

Lebih berat dari badan

Walaupun badan bagian dari hidup

Beratnya hanya berupa nominal

Tak seperti hidup, nilainya diperjuangkan
budi dan akal

-Dayana

DAFTAR ISI

PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
MOTTO	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
INTISARI	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistematika Penulisan	8
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	9
2.1 Pemasaran Hijau	9
2.2 Perilaku Pembelian Ramah Lingkungan.....	10
2.3 Produk Hijau	12
2.4 Hijau dan Ramah Lingkungan	13
2.5 Ekolabel	13
2.6 Merek Hijau	14
2.7 Iklan Hijau	15
2.8 Harga Hijau.....	15
2.9 Kepedulian dan Keyakinan Lingkungan.....	16
2.10 Penelitian Terdahulu	17
2.11 Pengembangan Hipotesis	22
2.12 Model Penelitian	25
BAB III	26
METODE PENELITIAN.....	26
3.1 Lokasi, Objek, dan Subjek Penelitian	26
3.2 Desain Penelitian	26
3.3 Metode Sampling dan Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.4 Pengukuran Variabel dan Definisi Operasional.....	28

3.5 Pengujian Instrumen Penelitian	33
3.5.1 Uji Validitas	33
3.5.2 Uji Reliabilitas	34
3.6 Metode Analisis Data.....	36
3.6.1 Analisis Regresi Linier Berganda	36
3.6.2 Analisis Regresi Hierarki (Hierarchical Linear Regression).....	38
BAB IV	39
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Pengantar.....	39
4.2. Analisis Profil Responden.....	41
4.3 Analisis Statistik Deskriptif	46
4.4 Evaluasi Analisis Regresi Linier Berganda.....	48
4.5 Evaluasi Analisis Regresi Hierarki	52
4.5.1. Metode <i>Forward</i>	52
4.6 Pembahasan.....	57
BAB V	65
PENUTUP	65
5.1 Pengantar.....	65
5.2 Kesimpulan	65
5.3 Implikasi Manajerial	68
DAFTAR PUSTAKA	70

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3. 1 Definisi Operasional	29
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas.....	33
Tabel 3. 3 Hasil Uji Reliabilitas	35
Tabel 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Usia	41
Tabel 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Tabel 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	43
Tabel 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Rata-rata Penghasilan/Uang Saku	43
Tabel 4. 5 Hasil Statistik Deskriptif	47
Tabel 4. 6 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	49
Tabel 4. 7 Hasil Uji F.....	50
Tabel 4. 8 Hasil Uji Determinasi.....	51
Tabel 4. 9 Eliminasi Variabel Bebas dengan Metode <i>Forward</i>	52
Tabel 4. 10 ANOVA untuk Metode <i>Forward</i>	53
Tabel 4. 11 Hasil Uji Parsial untuk Metode <i>Forward</i>	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Perusahaan Ramah Lingkungan	5
Gambar 2. 1 Konsistensi Komponen Sikap	11
Gambar 2. 2 Metode Penelitian.....	25
Gambar 3. 1 Pengaruh Faktor-Faktor Kepedulian dan Keyakinan Lingkungan terhadap Perilaku Lingkungan Konsumen.....	36
Gambar 4. 1 Pengetahuan Tentang Produk Love Beauty And Planet Ramah Lingkungan	44
Gambar 4. 2 Frekuensi Pembelian/Penggunaan Produk Love Beauty And Planet.....	45
Gambar 4. 3 Jenis Produk Love Beauty And Planet yang Pernah Dibeli/Digunakan	46

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	75
<i>PILOT STUDY</i>	75
LAMPIRAN 2	86
KUESIONER	86
LAMPIRAN 3	93
KUESIONER DARING	93
LAMPIRAN 4	113
KUESIONER ASLI	113
LAMPIRAN 5	116
DATA RESPONDEN DAN JAWABAN PERTANYAAN	116
LAMPIRAN 6	145
HASIL OLAH DATA SPSS	145
LAMPIRAN 7	152
JURNAL ACUAN PERTAMA	152

DAMPAK PEMASARAN HIJAU PADA POLA PEMBELIAN KONSUMEN

DAN PENGAMBILAN KEPUTUSAN PADA PRODUK

LOVE BEAUTY AND PLANET

Disusun oleh:

Dayana Mareta Br Sidabutar

NPM: 170323845

Pembimbing

Prof. Dr. Sheellyana Junaedi MF., SE., M.Si.

INTISARI

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh ecolabel, merek dan kemasan hijau, iklan hijau, harga hijau, menanamkan citra lingkungan, dan kepedulian dan keyakinan lingkungan terhadap perilaku lingkungan konsumen pada produk *Love Beauty and Planet*. Objek penelitian ini adalah produk *Love Beauty and Planet*. Responden dalam penelitian ini berjumlah 141 orang yang berusia > 17 tahun, mengetahui *Love Beauty and Planet* merupakan produk ramah lingkungan, pernah membeli dan menggunakan produk *Love Beauty and Planet*. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data menggunakan metode analisis regresi linier berganda dan regresi hierarki dengan metode *forward* menggunakan bantuan *software IBM Statistics SPSS 25*. Hasil dari penelitian ini melaporkan bahwa ecolabel, menanamkan citra lingkungan, dan kepedulian dan keyakinan lingkungan tidak berpengaruh terhadap perilaku lingkungan konsumen. Namun, merek dan kemasan hijau, harga hijau, dan iklan hijau berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku lingkungan konsumen.

Kata Kunci: pemasaran hijau, perilaku lingkungan konsumen, niat beli, *Love Beauty and Planet*