

**PENGARUH *GREEN PRODUCT* DAN *GREEN PROMOTION*  
TERHADAP NIAT BELI ULANG PRODUK THE BODY SHOP YANG  
DIMODERASI OLEH PENGETAHUAN LINGKUNGAN**

**Skripsi**

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana (S1)**

**Pada Program Studi Manajemen**

**Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Disusun oleh:**

**Michael Sugiarto Sentoso**

**NPM: 170323511**

**Fakultas Bisnis dan Ekonomika**

**UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**2021**

**Skripsi**

**PENGARUH GREEN PRODUCT DAN GREEN PROMOTION  
TERHADAP NIAT BELI ULANG PRODUK THE BODY SHOP YANG  
DIMODERASI OLEH PENGETAHUAN LINGKUNGAN**



**Disusun oleh:**

**Michael Sugiarto Sentoso**

**NPM: 170323511**

**Telah dibaca dan disetujui oleh:**

**Dosen Pembimbing**

A handwritten signature in black ink, appearing to be "Diah Widiastuti", is written over the text "Dosen Pembimbing".

**Th. Diah Widiastuti, SE, M.Si.**

**15 Oktober 2021**



**SURAT KETERANGAN**

**No. 019/J/I**

Berdasarkan dari Ujian Pendadaran yang diselenggarakan pada hari Jumat, 3 Desember 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 : Michael Sugiarto Sentoso

NPM : 170323511

Dinyatakan

**Lulus Dengan Revisi**

Pada saat ini skripsi Michael Sugiarto Sentoso telah selesai direvisi dan revisian tersebut telah diperiksa dan disetujui oleh semua anggota panitia penguji.

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

Dekan,



Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

**Alamat**

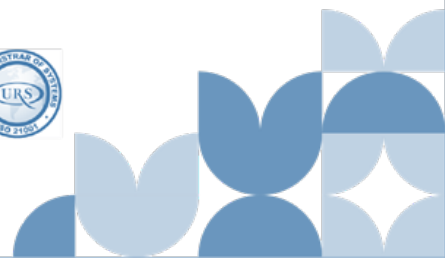
Kampus III Gedung Bonaventura  
Jalan Babarsari 43 Yogyakarta 55281

**URL**

<https://fbe.uajy.ac.id>

**Kontak**

Telepon : +62-274-487711 ext. 3120, 3127  
Fax : +62-274-485227  
Surel : fbe@uajy.ac.id



## LEMBAR PERNYATAAN

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

**PENGARUH *GREEN PRODUCT* DAN *GREEN PROMOTION*  
TERHADAP NIAT BELI ULANG PRODUK THE BODY SHOP YANG  
DIMODERASI OLEH PENGETAHUAN LINGKUNGAN**

Adalah benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan dan daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya telah melakukan plagiasi pada penyusunan dan pembuatan skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 15 Oktober 2021

Yang menyatakan,



Michael Sugiarto Sentoso

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas berkat, karunia, dan penyertaan-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Green Product* dan *Green Promotion* terhadap Niat Beli Ulang Produk The Body Shop yang dimoderasi oleh Pengetahuan Lingkungan” sebagai salah satu pemenuhan persyaratan akhir untuk menempuh gelar Sarjana Manajemen (S1) di Fakultas Bisnis dan Ekonomika (FBE) Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik tidak terlepas dari bantuan, dukungan, motivasi, maupun doa dari berbagai pihak yang terus memberikan dorongan kepada penulis selama proses pengerjaan, maka dari itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus, atas berkat dan penyertaan-Nya yang selalu menyertai penulis sekaligus memberikan kekuatan dalam berbagai aspek kehidupan penulis termasuk di bidang pendidikan.
2. Seluruh dosen, pengajar, staff, dan keluarga besar Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah membantu penulis dalam kegiatan akademik maupun pola pikir dan perilaku.
3. Ibu Th. Diah Widiastuti, SE, M.Si. selaku dosen pembimbing yang memberikan pengarahan, petunjuk, dan kritik maupun saran selama proses pengerjaan hingga skripsi dapat terselesaikan dengan baik.
4. Keluarga penulis yang selalu memberikan dukungan semangat, motivasi, dan inspirasi kepada penulis untuk selalu bekerja keras dalam meraih sesuatu.
5. Para teman-teman yang menjadi responden penelitian yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk mengisi kuesioner dan membantu menyebarkannya.

6. Teman-teman sesama bimbingan skripsi Ibu Diah yang menjadi tempat untuk saling bertukar informasi dan mendukung satu sama lain.
7. Kakak tingkat yang telah memberikan informasi yang berkaitan dalam kelancaran penulis untuk melakukan penelitian.
8. Kepada seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu dan telah membantu, mendukung, dan mendoakan agar skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Akhir kata, skripsi ini diharapkan dapat menjadi sumbangsih pemikiran bagi berbagai pihak ataupun kepentingan dan menjadi referensi untuk melakukan penelitian selanjutnya. Apabila terdapat kekurangan, penulis terbuka terhadap kritik maupun saran yang membangun untuk menjadi lebih baik.

Yogyakarta, 15 Oktober 2021

Penulis



Michael Sugiarto Sentoso

## MOTTO

The logo of Universitas Atma Jaya Yogyakarta is a light blue emblem. It features a central sunburst or fan-like shape with multiple rays emanating from a point at the top. This central shape is enclosed within a larger, rounded, teardrop-like border. The text "UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA" is written in a light blue, sans-serif font along the upper curve of this border. Below the central sunburst, there are stylized, flowing lines that resemble the pages of an open book or a decorative flourish, ending in a small, pointed, leaf-like shape at the bottom center.

**“Apabila Anda berbuat kebaikan kepada orang lain, maka Anda telah  
berbuat baik terhadap diri sendiri.”**

**(Benjamin Franklin)**



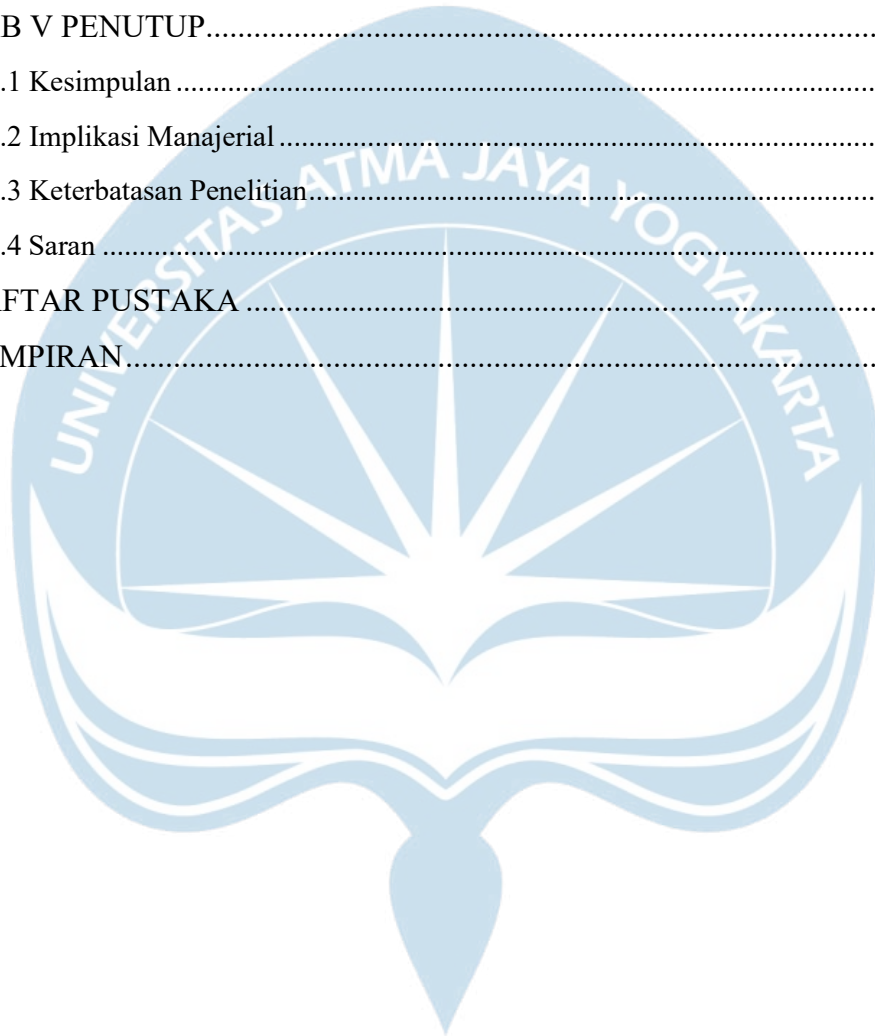
## DAFTAR ISI

PENGARUH <i>GREEN PRODUCT</i> DAN <i>GREEN PROMOTION</i> TERHADAP NIAT BELI ULANG PRODUK THE BODY SHOP YANG DIMODERASI OLEH PENGETAHUAN LINGKUNGAN .....	i
LEMBAR PERNYATAAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
MOTTO .....	vi
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
ABSTRAK .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Batasan Penelitian .....	9
1.5 Manfaat Penelitian .....	10
1.5.1 Manfaat Teoritis .....	10
1.5.2 Manfaat Praktis .....	10
1.6 Sistematika Penulisan .....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	13
2.1 Landasan Teori .....	13
2.1.1 Definisi Pemasaran .....	13
2.1.2 Definisi <i>Green Marketing</i> .....	14
2.1.3 Definisi <i>Green Marketing Mix</i> .....	15
2.1.4 Definisi Niat Beli .....	19
2.1.5 <i>Green Marketing Mix</i> dan Niat Beli .....	20
2.2 Penelitian Terdahulu .....	21
2.3 Kerangka Penelitian .....	22
2.4 Pengembangan Hipotesis .....	23



2.4.1 Pengaruh <i>Green Product</i> terhadap Niat Beli Ulang.....	23
2.4.2 Pengaruh <i>Green Product</i> terhadap Niat Beli Ulang yang dimoderasi oleh Pengetahuan Lingkungan.....	24
2.4.3 Pengaruh <i>Green Promotion</i> terhadap Niat Beli Ulang.....	25
2.4.4 Pengaruh <i>Green Promotion</i> terhadap Niat Beli Ulang yang dimoderasi oleh Pengetahuan Lingkungan.....	25
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>27</b>
3.1 Bentuk Penelitian.....	27
3.2 Lingkup Penelitian.....	27
3.2.1 Objek Penelitian.....	27
3.2.2 Subjek Penelitian.....	29
3.2.3 Lokasi Penelitian.....	29
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian .....	29
3.3.1 Populasi Penelitian.....	29
3.3.2 Sampel Penelitian.....	30
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel .....	30
3.4 Sumber Data.....	31
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.6 Metode Pengukuran Data.....	32
3.7 Definisi Operasional .....	33
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	34
3.8.1 Uji Validitas .....	34
3.8.2 Uji Reliabilitas .....	35
3.9 Analisis Data.....	36
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>39</b>
4.1 Pengumpulan Data.....	39
4.2 Analisis Deskriptif Statistik .....	40
4.2.1 Analisis Deskriptif Statistik Responden.....	40
4.2.2 Analisis Deskriptif Statistik Variabel .....	43
4.3 Pengujian Hipotesis .....	47
4.3.1 Hipotesis Pertama dan Kedua .....	47
4.3.2 Hipotesis Ketiga dan Keempat.....	50

4.4 Pembahasan Hasil Penelitian .....	53
4.4.1 Pengaruh <i>Green Product</i> terhadap Niat Beli Ulang.....	53
4.4.2 Pengaruh <i>Green Promotion</i> terhadap Niat Beli Ulang .....	54
4.4.3 Pengaruh <i>Green Product</i> dan <i>Green Promotion</i> terhadap Niat Beli yang dimoderasi oleh Pengetahuan Lingkungan .....	55
BAB V PENUTUP.....	57
5.1 Kesimpulan .....	57
5.2 Implikasi Manajerial .....	59
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	60
5.4 Saran .....	61
DAFTAR PUSTAKA .....	62
LAMPIRAN.....	67



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	21
Tabel 3.1 Definisi Operasional .....	33
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian.....	35
Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner .....	36
Tabel 4.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
Tabel 4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur .....	41
Tabel 4.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pengeluaran.....	41
Tabel 4.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Lokasi Pembelian.....	42
Tabel 4.5 Analisis Deskriptif Variabel <i>Green Product</i> .....	43
Tabel 4.6 Analisis Deskriptif Variabel <i>Green Promotion</i> .....	44
Tabel 4.7 Analisis Deskriptif Variabel Niat Beli Ulang .....	45
Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Variabel Pengetahuan Lingkungan.....	<b>Error!</b>
<b>Bookmark not defined.</b>	
Tabel 4.9 Hasil Analisis Regresi Variabel <i>Green Product</i> Model I .....	47
Tabel 4.10 Hasil Analisis Regresi Variabel <i>Green Product</i> Model II.....	49
Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Variabel <i>Green Promotion</i> Model I.....	50
Tabel 4.12 Hasil Analisis Regresi Variabel <i>Green Promotion</i> Model II.....	52

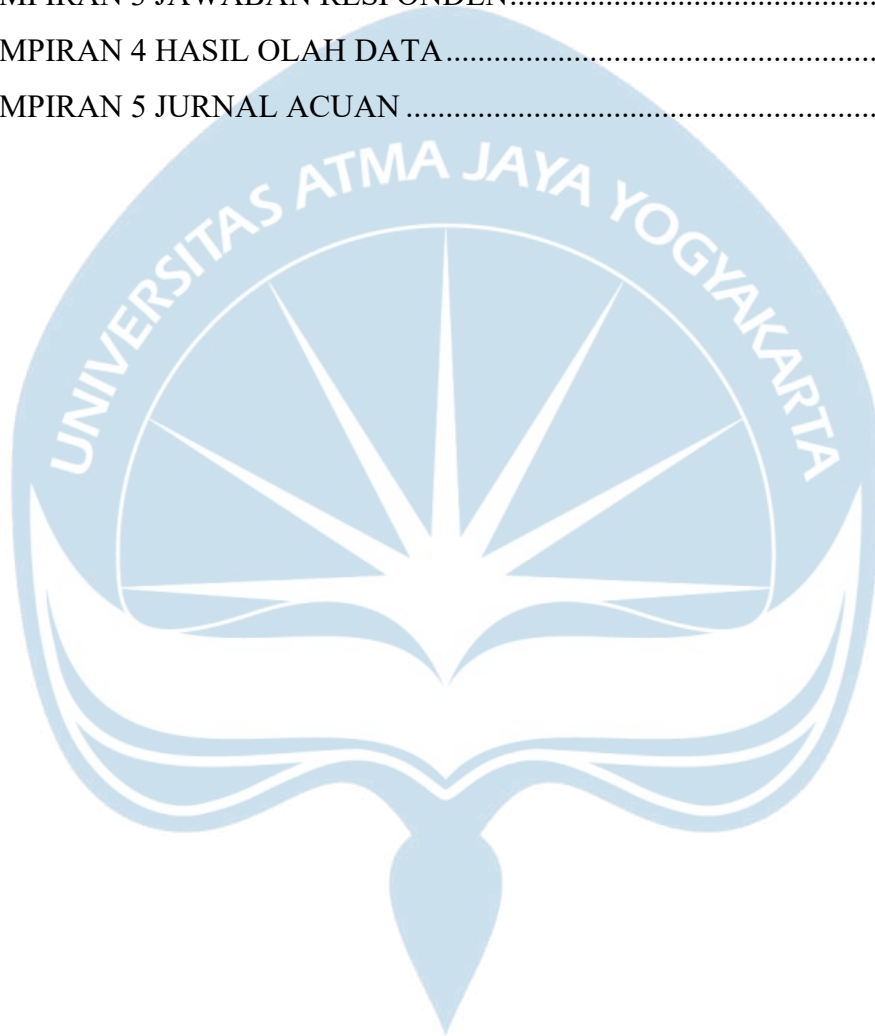
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 20 Negara Penyumbang Sampah Plastik Ke Laut.....	2
Gambar 1.2 Gerai The Body Shop di Grand Indonesia .....	5
Gambar 1.3 Kampanye <i>Bring Back Our Bottle</i> .....	6
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian .....	23



## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER .....	67
LAMPIRAN 2 KUESIONER DARING.....	72
LAMPIRAN 3 JAWABAN RESPONDEN.....	79
LAMPIRAN 4 HASIL OLAH DATA.....	99
LAMPIRAN 5 JURNAL ACUAN .....	109



**PENGARUH *GREEN PRODUCT* DAN *GREEN PROMOTION*  
TERHADAP NIAT BELI ULANG PRODUK THE BODY SHOP YANG  
DIMODERASI OLEH PENGETAHUAN LINGKUNGAN**

**Disusun Oleh:**

**Michael Sugiarto Sentoso**

**NPM: 170323511**

**Pembimbing:**

**Th. Diah Widiastuti, SE, M.Si.**

**ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini dibuat untuk menguji pengaruh *green product* dan *green promotion* dan moderasi pengetahuan lingkungan terhadap niat beli ulang produk The Body Shop. Objek penelitian adalah niat beli ulang produk The Body Shop. Responden penelitian ini berjumlah 300 orang yang merupakan mahasiswa S1 Universitas Atma Jaya Yogyakarta dan pernah membeli produk The Body Shop. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling* serta pengumpulan data melalui Google Form menggunakan skala likert 5 poin. Analisis data dilakukan dengan metode analisis regresi moderasi dengan program SPSS 20. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *green product* dan *green promotion* memiliki pengaruh positif terhadap niat beli ulang dan terdapat pengaruh positif *green product* dan *green promotion* terhadap niat beli ulang yang dimoderasi oleh pengetahuan lingkungan.

Kata kunci: *Green Product*, *Green Promotion*, *Repurchase Intention*, *Environmental Knowledge*