

**PENGARUH *GREEN MARKETING*, *BRAND*
AWARENESS DAN PENGETAHUAN LINGKUNGAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI
MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

(Studi Kasus Pada Konsumen Produk Ades di Kota Semarang)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk mendapatkan gelar sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen



Disusun oleh :

SYAFRI AJI PRASETYO

30401511912

**FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
SEMARANG
2019**

HALAMAN PERSETUJUAN

Usulan Penelitian untuk Skripsi

**PENGARUH *GREEN MARKETING*, *BRAND AWARENESS* DAN
PENGETAHUAN LINGKUNGAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING**

(Studi Kasus Pada Konsumen Produk Ades di Kota Semarang)

Disusun oleh :

Syafri Aji Prasetyo

Nim : 30401511912

Telah disetujui oleh pembimbing dan selanjutnya
dapat diajukan dihadapan sidang panitia ujian usulan penelitian Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Semarang, 21 Agustus 2019



Drs.H.Noor Kholis,MM.

NIK. 210489017

**PENGARUH *GREEN MARKETING*, *BRAND AWARENESS* DAN
PENGETAHUAN LINGKUNGAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING**

Disusun Oleh:

SYAFRI AJI PRASETYO

Nim: 30401511912

Telah dipertahankan didepan penguji

Pada Tanggal 21 Agustus 2019

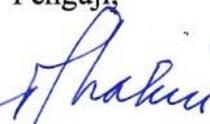
Susunan Dewan Penguji

Pembimbing,



Drs. H. Noor Kholis, MM.
NIK. 210489017

Penguji,



Dr. H. Abdul Hakim, MSi.
NIK/210487014



Dr. Asyhari, MM.
NIK. 210491022

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

Sarjana Ekonomi Tanggal 21 Agustus 2019

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. H. Ardian Adhiatma, SE, MM.

NIK. 210499042

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : SYAFRI AJI PRASETYO

Nim : 30401511912

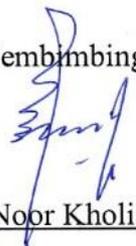
Jurusan : Manajemen

Fakultas : Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung

Menyatakan bahwa Skripsi dengan judul “**Pengaruh *Green Marketing, Brand Awareness* dan Pengetahuan Lingkungan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening**” dan diajukan untuk diuji pada tanggal 13 Agustus 2019 adalah hasil karya saya. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara mengambil atau meniru kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin itu atau tiru saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Saya bersedia menarik Skripsi yang saya ajukan, apabila terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain yang seolah-olah tulisan saya sendiri. Saya bersedia bila gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas dibatalkan.

Pembimbing


Drs.H.Noor Kholis,MM.

NIK. 210489017

Semarang, 9 Agustus 2019

Yang membuat pernyataan,




Syafri Aji Prastyo

NIM. 30401511912

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Syafri Aji Prasetyo

Nim : 30401511912

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi

Alamat Asal : Ds. Cabak Rt.06 Rw.06 Kec. Tlogowungu Kab. Pati Jawa
Tengah

No. Hp/Email : 081225911528 / syafriajiprasetyo@gmail.com

Dengan ini menyatakan karya ilmiah berupa skripsi dengan judul :

“Pengaruh *Green Marketing*, *Brand Awareness* dan Pengetahuan Lingkungan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening”

Dan menyetujui menjadi hak milik Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung serta memberikan hak bebas royalti non-eklusif untuk disimpan; dialih mediakan, dikelola dalam pangkalan data, dipublikasikan di internet dan media lain untuk kepentingan akademisi selama tetap mencantumkan nama penulis sebagai Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti pelanggaran hak cipta atau plagiatisme dalam karya ilmiah ini, maka segala bentuk tuntutan hukum yang timbul akan saya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung.

Semarang, 9 Agustus 2019

membuat pernyataan,



Syafri Aji Prasetyo

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarokatuh.

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan segala limpahan rahmat, taufiq, hidayah serta inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan usulan penelitian skripsi ini. Shalawat serta salam senantiasa kita haturkan kepada Nabi Muhammad SAW sebagai penerang kalbu bagi umatnya. Atas doa serta bantuan dari berbagai pihak, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH *GREEN MARKETING*, *BRAND AWARENESS* DAN PENGETAHUAN LINGKUNGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING”**.

Skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Sehingga pada kesempatan kali ini penulis menyampaikan rasa terima kasih dengan tulus kepada :

1. Ayah dan Ibu saya tercinta serta semua keluarga yang telah memberikan do'a dan dukungannya;
2. Drs.H.Noor Kholis.,MM selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya dengan sangat sabar untuk memberikan bimbingan, motivasi, kritik, pengarahan dan saran dan saran yang sangat berguna bagi penulis;
3. Dr.Hj.Olivia Fachrunnisa,SE.,M.Si.,PhD. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang;
4. Dr.H.Ardian Adhiatma,SE.,MM. selaku ketua Jurusan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung;

5. Tri Wikaningrum,SE.Msi. selaku Dosen Wali yang telah memberi semangat dan motivasi dalam proses pengerjaan skripsi ini;
6. Bapak dosen penguji yang telah memberikan kritik dan saran terhadap perbaikan pra skripsi ini;
7. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat kepada penulis;
8. Sahabat-sahabatku yang selalu setia memberikan do'a serta dukungannya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan;
9. Seluruh pihak yang membantu dalam penyusunan skripsi dari awal hingga akhir, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga seluruh bantuan, bimbingan serta dukungan yang telah diberikan kepada penulis tersebut mendapatkan pahala dari Allah SWT. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pembaca.

Semarang, 9 Agustus 2019

METERAI
TEMPEL
TGL 20
0A0F1AFF958264837
6000
ENAM RIBU RUPIAH

Peneliti,


Syatri Aji Prasetyo
30401511912

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of green marketing, environmental knowledge and brand awareness on purchasing decisions through buying interest as an intervening variable. The sampling technique uses purposive sampling method. The population used in this study is consumers of Ades products in the city of Semarang. Samples taken as many as 100 respondents. The data analysis technique used is SPSS 22. The results of this study indicate that green marketing, environmental knowledge and brand awareness have a positive and significant effect on purchasing decisions through buying interest as an intervening variable.

Keywords: *Green Marketing, Environmental Knowledge, Brand Awareness, Purchase Interest and Purchasing Decisions*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *green marketing*, pengetahuan lingkungan dan *brand awareness* terhadap keputusan pembelian melalui minat beli sebagai variabel intervening. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen produk Ades di kota Semarang. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah SPSS 22. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *green marketing*, pengetahuan lingkungan dan *brand awareness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian melalui minat beli sebagai variabel intervening.

Kata Kunci: *Green Marketing*, Pengetahuan Lingkungan, *Brand Awareness*, Minat Beli dan Keputusan Pembelian

INTISARI

Kerusakan lingkungan hidup merupakan isu yang saat ini tengah diperbincangkan. Kerusakan ekosistem hutan, perubahan suhu bumi, tidak stabilnya perubahan iklim dan menipisnya lapisan ozon menyebabkan banyak bencana alam sering terjadi, sehingga organisasi dibidang lingkungan hidup mulai bermunculan untuk mengajak dan menyadarkan masyarakat akan pentingnya menjaga lingkungan dan alam. Namun tak sedikit masyarakat yang masih mengabaikan pentingnya menjaga lingkungan. *Go green* menjadi jargon yang paling sering terdengar setelah banyak orang yang tersadar bahwa kurang berperannya manusia dalam menjaga lingkungan menimbulkan potensi bahaya yang besar yang dapat mengancam kelangsungan makhluk hidup di bumi.

Konsumen memiliki kontribusi terhadap degradasi lingkungan yang semakin memburuk dengan membeli produk-produk yang dapat mencemari lingkungan. Namun produsen juga memiliki andil dalam penurunan kualitas lingkungan hidup. Masih banyak perusahaan yang belum memiliki kesadaran untuk ikut berpartisipasi dalam menjaga lingkungan hidup. Masih banyak perusahaan yang mengeluarkan produk-produk dengan kemasan yang tidak ramah lingkungan atau sulit untuk terurai oleh tanah.

Salah satu organisasi yang sudah mulai menerapkan pemasaran ramah lingkungan di Indonesia adalah The Coca Cola Company dengan produk air minum dalam kemasan Ades. Ades merupakan Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) 600 ml dengan bahan kemasan yang ramah lingkungan sehingga

lebih mudah diremukkan dan dihancurkan setelah digunakan sehingga volume dari botol kosong tersebut dapat menghemat ruang di tempat sampah. The Coca Cola Company menggunakan strategi *green marketing* dengan tujuan untuk meningkatkan *brand awareness* dari konsumen bahwa produk Ades adalah produk yang ramah lingkungan. Dengan harapan strategi ini akan meningkatkan minat beli masyarakat sehingga secara otomatis akan meningkatkan penjualan serta laba perusahaan. Namun penggunaan *green marketing* sebagai salah satu strategi pemasaran perusahaan yang berhubungan dengan penyelamatan lingkungan masih di rasa kurang efektif untuk mendorong minat beli konsumen terhadap produk Ades.

Jumlah populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen produk air minum dalam kemasan merek Ades di kota Semarang yang tidak diketahui jumlahnya. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *purpsive sampling*, yaitu dalam penentuan sampel menggunakan karakteristik tertentu. Karakteristik dalam penelitian ini adalah masyarakat kota Semarang yang pernah mengkonsumsi produk Ades. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden. Teknik analisa dalam penelitian ini menggunakan uji regresi dengan menggunakan SPSS versi 22.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini didapatkan kesimpulan bahwa seluruh hipotesis yang diajukan diterima. Hal ini menunjukkan bahwa *green marketing*, pengetahuan lingkungan dan *brand awareness* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan

pembelian konsumen produk Ades. Kemudian berdasarkan uji Sobel didapati bahwa minat beli dapat memediasi seluruh variabel independen (*green marketing*, pengetahuan lingkungan dan *brand awareness*) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian).