

**PENGARUH *GREEN BRAND*, *GREEN PACKAGING*,  
DAN *GREEN ADVERTISING* TERHADAP CITRA MEREK SERTA  
IMPLIKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
PERUSAHAAN AIR MINUM KESEHATAN AHSRIN BIO ALKALI  
DI KABUPATEN GROBOGAN**



Diajukan oleh :

**FITRA MARLITA**

2016-11-156

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
TAHUN 2020**



**PENGARUH *GREEN BRAND*, *GREEN PACKAGING*,  
DAN *GREEN ADVERTISING* TERHADAP CITRA MEREK SERTA  
IMPLIKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
PERUSAHAAN AIR MINUM KESEHATAN AHSRIN BIO ALKALI  
DI KABUPATEN GROBOGAN**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang pendidikan Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Diajukan Oleh :

**FITRA MARLITA**

2016-11-156

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
TAHUN 2020**

**PENGARUH *GREEN BRAND*, *GREEN PACKAGING*,  
DAN *GREEN ADVERTISING* TERHADAP CITRA MEREK SERTA  
IMPLIKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
PERUSAHAAN AIR MINUM KESEHATAN AHSRIN BIO ALKALI  
DI KABUPATEN GROBOGAN**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan tim penguji ujian skripsi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, Agustus 2020

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

Dosen Pembimbing I



**Dina Lusianti, SE. MM. AAK.**  
NIDN : 0630098401

**Dr. Drs. H Zainuri, M.M.**  
NIDN : 0615076301

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dosen Pembimbing II



**Dr. H. Mo'namad Edris, Drs, MM**  
NIDN : 0618066201



**Nurul Rizka Arumsari, SE, MM**  
NIDN : 0628048702

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### Motto :

*“Hai anak anaku, pergilah kamu, maka carilah berita tentang Yusuf dan saudaranya dan jangan kamu berputus asa dari rahmat Allah. Sesungguhnya tiada berputus asa dari rahmat Allah. melainkan kaum yang kafir”*

**(QS. Yusuf: 87)**

*“Apakah manusia itu mengira bahwa mereka dibiarkan saja mengatakan, “Kami telah beriman”, sedangkan mereka tidak diuji? Dan sesungguhnya Kami telah menguji orang-orang yang sebelum mereka, maka sesungguhnya Allah mengetahui orang-orang yang benar dan sesungguhnya Dia mengetahui orang-orang yang dusta.”*

**(QS. Al-Ankabut: 2-3)**

*“Allah tidak membebani seseorang itu melainkan sesuai dengan kesanggupannya,”*

**(QS. Al-Baqarah: 286)**

### Persembahan :

Penulis mempersembahkan skripsi ini untuk :

- ✓ Orang tuaku yang selalu mendukung
- ✓ Kakak dan adikku tersayang
- ✓ Saudara yang selalu ku banggakan
- ✓ Sahabatku yang berjuang bersama
- ✓ Dosen dan almamater Universitas Muria Kudus



## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Pengaruh *Green Brand, Green Packaging, dan Green Advertising* terhadap Citra Merek serta Implikasi terhadap Keputusan Pembelian pada Perusahaan Air Minum Kesehatan Ahsrin Bio Alkali di Kabupaten Grobogan**”.

Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan program Sarjana (S1) pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus Jurusan Manajemen Pemasaran.

Selama proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan bimbingan, arahan, bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

- 1) Dr. Suparno, SH, M.S selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
- 2) Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
- 3) Dina Lusianti, SE. MM. AAK selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus.
- 4) Dr. Drs. H Zainuri, M.M selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan tenaga serta memberikan bimbingan, masukan arahan maupun motivasi demi terwujudnya skripsi ini.

- 5) Nurul Rizka Arumsari, SE, MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan tenaga serta memberikan bimbingan, masukan arahan maupun motivasi demi terwujudnya skripsi ini.
- 6) Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, khususnya dosen jurusan Manajemen Universitas Muria Kudus atas segala ilmu yang telah diberikan.
- 7) Kepada ayah, ibu, kakak dan adikku tercinta yang telah memberikan ketulusan doa, semangat dan kasih sayang yang tulus.
- 8) Universitas Muria Kudus sebagai tempat dilaksanakannya sidang skripsi ini beserta seluruh pimpinan dan staff karyawan yang telah membantu segala kelancarannya.
- 9) Semua pihak yang telah membantu penulis selama ini, dan terutama dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu segala kritik maupun saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan, agar kelak penulis dapat menghasilkan karya yang lebih baik dan bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Kudus, 2020

**FITRA MARLITA**  
**2016-11-156**

**PENGARUH *GREEN BRAND*, *GREEN PACKAGING*, DAN *GREEN ADVERTISING* TERHADAP CITRA MEREK SERTA IMPLIKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PERUSAHAAN AIR MINUM KESEHATAN AHSRIN BIO ALKALI DI KABUPATEN GROBOGAN**

**FITRA MARLITA**

**2016-11-156**

Pembimbing :

(1) Dr. Drs. H Zainuri, M.M (2) Nurul Rizka Arumsari, SE, MM

**ABSTRAKSI**

Kepedulian dan kesadaran akan lingkungan, telah merubah cara pandang dan pola hidup dari manusia dan para pelaku usaha. Hal ini ditunjukkan pada perubahan pola pendekatan bisnis yang mulai mengarahkan usaha dengan pendekatan aktivitas aktivitas bisnis berwawasan lingkungan, mulai dari *green environment*, *green product*, *green branding*, *green label*, *green packaging*, *green advertising*, dan lainnya. Populasi yang akan diambil adalah masyarakat di kabupaten grobogan yang berlangganan mengonsumsi air minum kesehatan AHSRIN. Jumlah sampel adalah sebanyak 125 pelanggan air minum kesehatan AHSRIN di kabupaten grobogan. Metode pengumpulan sampel dilakukan dengan cara *purposive sampling* artinya dalam menentukan responden berdasarkan karakteristik tertentu. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *Structural Equation Model* (SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *green brand*, *green packaging*, dan *green advertising* berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek. Semakin tinggi nilai dari ketiga variabel tersebut maka berpengaruh semakin tinggi pula citra merek dari air minum kesehatan Ahsrin Bio Alkali. *Green brand*, *green packaging*, *green advertising*, dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Semakin tinggi nilai dari keempat variabel maka berpengaruh semakin banyak orang yang melakukan keputusan pembelian air minum kesehatan Ahsrin Bio Alkali. *Green brand*, *green packaging*, dan *green advertising* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian melalui citra merek. Artinya citra merek yang baik mendukung pengaruh ketiga variabel tersebut sehingga keputusan pembelian juga semakin banyak.

Kata Kunci : *Green Brand*, *Green Packaging*, *Green Advertising*, Citra Merek, dan Keputusan Pembelian

**THE INFLUENCE OF GREEN BRAND, GREEN PACKAGING, AND  
GREEN ADVERTISING ON BRAND IMAGES AND IMPLICATIONS OF  
PURCHASE DECISIONS IN AHSRIN BIO ALKALI HEALTH DRINKING  
WATER COMPANY IN GROBOGAN DISTRICT**

**FITRA MARLITA**

**2016-11-156**

*Advisor :*

(1) Dr. Drs. H Zainuri, M.M (2) Nurul Rizka Arumsari, SE, MM

**ABSTRACTION**

*Concern and awareness of the environment, has changed the outlook and lifestyle of humans and business people. This is shown in the change in the pattern of business approaches that begin to direct businesses with environmental activity business activity approaches, ranging from green environment, green products, green branding, green labels, green packaging, green advertising, and others. The population to be taken is the people in the grobogan district who subscribe to consume AHSRIN health drinking water. The number of samples is as many as 125 AHSRIN health drinking water customers in the grobogan district. The method of sample collection is done by means of purposive sampling meaning in determining respondents based on certain characteristics. Analysis of the data used in this study uses the Structural Equation Model (SEM). The results showed that green brand, green packaging, and green advertising had a positive and significant effect on brand image. The higher the value of the three variables, the higher the brand image of Ahsrin Bio Alkali health drinking water. Green brand, green packaging, green advertising, and brand image have a positive and significant effect on purchasing decisions. The higher the value of the four variables, the more people make decisions about purchasing Ahsrin Bio Alkali health drinking water. Green brand, green packaging, and green advertising have a positive and significant effect on purchasing decisions through brand image. This means that a good brand image supports the influence of these three variables so that purchasing decisions are also increasing.*

*Keywords: Green Brand, Green Packaging, Green Advertising, Brand Image, and Purchase Decision*



## DAFTAR ISI

|  | Halaman |
|--|---------|
| HALAMAN SAMPUL .....                     | i       |
| HALAMAN JUDUL .....                      | ii      |
| HALAMAN PENGESAHAN .....                 | iii     |
| MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....              | iv      |
| KATA PENGANTAR .....                     | v       |
| ABSTRAKSI .....                          | vii     |
| <i>ABSTRACTION</i> .....                 | viii    |
| DAFTAR ISI .....                         | ix      |
| DAFTAR TABEL .....                       | xi      |
| DAFTAR GAMBAR .....                      | xii     |
| BAB 1 PENDAHULUAN .....                  | 1       |
| 1.1. Latar Belakang .....                | 1       |
| 1.2. Ruang Lingkup .....                 | 7       |
| 1.3. Perumusan Masalah .....             | 7       |
| 1.4. Tujuan Penelitian .....             | 9       |
| 1.5. Manfaat Penelitian .....            | 10      |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....            | 13      |
| 2.1. Green Brand .....                   | 11      |
| 2.2. Green Packaging .....               | 13      |
| 2.3. Green Advertising .....             | 15      |
| 2.4. Citra Merek .....                   | 17      |
| 2.5. Keputusan Pembelian .....           | 21      |
| 2.6. Tinjauan Penelitian Terdahulu ..... | 27      |
| 2.7. Pengaruh Antar Variabel .....       | 30      |
| 2.8. Kerangka Pemikiran Teoritis .....   | 34      |
| 2.9. Hipotesis .....                     | 36      |
| BAB III METODE PENELITIAN .....          | 37      |
| 3.1. Rancangan Penelitian .....          | 37      |

|   | Halaman   |
|---|-----------|
| 3.2. Lokasi Penelitian.....                                     | 37        |
| 3.3. Waktu Penelitian.....                                      | 38        |
| 3.4. Variabel Penelitian.....                                   | 38        |
| 3.5. Definisi Operasional.....                                  | 39        |
| 3.6. Jenis dan Sumber Data.....                                 | 43        |
| 3.7. Populasi dan Sampel.....                                   | 43        |
| 3.8. Pengumpulan Data.....                                      | 45        |
| 3.9. Pengolahan Data.....                                       | 45        |
| 3.10. Uji Validitas.....  | 46        |
| 3.11. Uji Reliabilitas.....                                     | 51        |
| 3.12. Analisis Data.....  | 52        |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....                        | <b>62</b> |
| 4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....                        | 62        |
| 4.2. Karakteristik Responden.....                               | 63        |
| 4.3. Tanggapan Responden terhadap Variabel.....                 | 66        |
| 4.4. Analisis Data.....   | 70        |
| 4.5. Analisis <i>Structural Equation Modelling</i> ( SEM )..... | 76        |
| 4.6. Uji Hipotesis.....   | 78        |
| 4.7. Pembahasan.....  | 83        |
| <b>BAB V PENUTUP</b> .....                                      | <b>90</b> |
| 5.1. Kesimpulan.....  | 90        |
| 5.2. Saran.....   | 91        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....                                     | <b>93</b> |
| <b>LAMPIRAN</b> .....   | <b>96</b> |

## DAFTAR TABEL

|  | Halaman |
|--|---------|
| Tabel 1.1 Data Persaingan Air Minum Kesehatan AHSRIN.....                      | 6       |
| Tabel 3.1 Uji Validitas Variabel <i>Green Brand</i> ( $X_1$ ).....             | 48      |
| Tabel 3.2 Uji Validitas Variabel <i>Green Packaging</i> ( $X_2$ ).....         | 48      |
| Tabel 3.3 Uji Validitas Variabel <i>Green Advertising</i> ( $X_3$ ).....       | 49      |
| Tabel 3.4 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian ( $Y_2$ ).....            | 49      |
| Tabel 3.5 Uji Validitas Variabel Citra Merek ( $Y_1$ ).....                    | 50      |
| Tabel 3.6 Hasil Uji Discriminant Validity.....                                 | 50      |
| Tabel 3.7 Uji <i>Average Variance Extracted</i> Variabel Penelitian.....       | 51      |
| Tabel 3.8 Uji <i>Construct Reliability</i> .....                               | 53      |
| Tabel 3.9 <i>Goodness - of - Fit Indices</i> .....                             | 59      |
| Tabel 4.1 Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....                  | 63      |
| Tabel 4.2 Persentase Responden Berdasarkan Letak Wilayah.....                  | 64      |
| Tabel 4.3 Persentase Responden Berdasarkan Usia.....                           | 65      |
| Tabel 4.4 Frekuensi Variabel <i>Green Brand</i> ( $X_1$ ).....                 | 66      |
| Tabel 4.5 Frekuensi Variabel <i>Green Packaging</i> ( $X_2$ ).....             | 67      |
| Tabel 4.6 Frekuensi Variabel <i>Green Advertising</i> ( $X_3$ ).....           | 68      |
| Tabel 4.7 Frekuensi Variabel Citra Merek ( $Y_1$ ).....                        | 69      |
| Tabel 4.8 Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian ( $Y_2$ ).....                | 70      |
| Tabel 4.9 Hasil Uji Analisis Konfirmatori Variabel Eksogen.....                | 72      |
| Tabel 4.10 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Eksogen.....                  | 73      |
| Tabel 4.11 Uji Model <i>Goodness Of Fit</i> Variabel Endogen.....              | 75      |
| Tabel 4.12 Hasil Analisis Konfirmatori Faktor Endogen.....                     | 76      |
| Tabel 4.13 Uji Model <i>Goodness Of Fit</i> Variabel penelitian.....           | 76      |
| Tabel 4.14 <i>Scalar Estimates</i> .....                                       | 78      |
| Tabel 4.15 Hasil Estimasi <i>Direct Effect</i> .....                           | 81      |
| Tabel 4.16 Hasil Estimasi <i>Indirect Effect</i> dan <i>Total Effect</i> ..... | 82      |

## DAFTAR GAMBAR

|   | Halaman |
|---|---------|
| Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran Teoritis .....                         | 35      |
| Gambar 4.1 Analisis Konfirmatori Variabel Eksogen.....                | 72      |
| Gambar 4.2 Analisis Konfirmatori Faktor Eksogen.....                  | 74      |
| Gambar 4.3 Analisis <i>Structural Equation Modelling</i> ( SEM )..... | 77      |

