



**Pengaruh *Green Product*, *Green Advertising* dan Kepedulian
Lingkungan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli
Sebagai Variabel Intervening pada
Produk AMDK ADES di Kota Kudus**

Oleh:

Nama : Widyasri Cahyani

NIM : 2016-11-073

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2021**



Pengaruh *Green Product*, *Green Advertising* dan Kepedulian Lingkungan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening pada Produk AMDK ADES di Kota Kudus

Skripsi ini Diajukan sebagai Salah Satu syarat untuk Menyelesaikan Jenjang Pendidikan Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Oleh:

Nama : Widyasri Cahyani

NIM : 2016-11-073

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2021**

PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH *GREEN PRODUCT*, *GREEN ADVERTISING* DAN KEPEDULIAN LINGKUNGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PRODUK AMDK ADES DI KOTA KUDUS

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus,

2021

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen



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

Pembimbing I



Dr. Drs. Ag Sunarno H, SH, S.Pd, MM.
NIDN. 0026065516

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muria Kudus



Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM.
NIDN. 0618066201

Pembimbing II



Indah Dwi Prasetyaningrum, SE, MM.
NIDN : 0022038001

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

"Janganlah kamu bersikap lemah. dan janganlah pula kamu bersedih hati, padahal kamulah orang-orang yang paling tinggi derajatnya, jika kamu orang-orang yang beriman."

(Q.S. Ali-Imran ayat 139)

"Barang siapa bertakwa kepada Allah maka Dia akan menjadikan jalan keluar baginya, dan memberinya rizki dari jalan yang tidak ia sangka, dan barang siapa yang bertawakkal kepada Allah maka cukuplah Allah baginya, Sesungguhnya Allah melaksanakan kehendak-Nya, Dia telah menjadikan untuk setiap sesuatu kadarnya"

(Q.S. Ath-Thalaq: 2-3)

Persembahan:

Skripsi ini dipersembahkan untuk:

- 1. Kedua orang tua saya Ibu Sri Atun dan Bapak Selan yang senantiasa memberikan kasih sayang, pengorbanan, dukungan dan doa serta kepercayaan menuntut ilmu. Terima kasih atas doa dan nasehat serta motivasi yang tak pernah terputus.**
- 2. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang sabar dan ikhlas memberikan ilmunya.**
- 3. Teman-teman seperjuangan angkatan 2016**
- 4. Almamaterku.**

KATA PENGANTAR

Puji Syukur segala puji bagi Allah SWT segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, dan hidayah-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi yang berjudul “Pengaruh *Green Product*, *Green Advertising*, dan Kepedulian Lingkungan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening pada Produk AMDK Ades di Kota Kudus” dengan lancar. Skripsi ini disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan guna meraih gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Peneliti menyadari sepenuhnya, tanpa bimbingan dari berbagai pihak, Tugas Akhir Skripsi ini tidak akan dapat diselesaikan dengan baik dan benar. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si., selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. H. Mochammad Edris, Drs. MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Dina Lusianti, SE., MM., AAK., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Dr. Drs. Ag Sunarno H., SH., S.Pd., MM., selaku dosen pembimbing I yang telah teliti dan sabar memberikan bimbingan, nasehat dan motivasi kepada penulis.
5. Indah Dwi Prasetyaningrum, SE., MM., selaku dosen pembimbing II yang telah teliti dan memberikan banyak masukan kepada penulis.

6. Keluarga, terkhusus kedua orang tua yang telah meberikan semangat, doa dan dukungan bagi penulis untuk menyelesaikan pendidikannya.
7. Seluruh responden yaitu konsumen AMDK Ades di Kota Kudus.
8. Teman-teman angkatan 2016 atas dukungan dan semangatnya.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir Skripsi ini tidaklah sempurna, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun akan diterima dengan senang hati. Penulis berharap semoga Tugas Akhir Skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan.

Kudus, 2021

Widyasri Cahyani
201611073

**PENGARUH *GREEN PRODUCT*, *GREEN ADVERTISING* DAN
KEPEDULIAN LINGKUNGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MELALUI MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA
PRODUK AMDK ADES DI KOTA KUDUS**

Widyasri Cahyani

2016-11-073

Pembimbing 1 : Dr. Drs. Ag Sunarno H., SH., S.Pd., MM.

Pembimbing 2 : Indah Dwi Prasetyaningrum, SE., MM.

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *green product*, *green advertising*, dan kepedulian lingkungan terhadap keputusan pembelian melalui minat beli sebagai variabel intervening pada produk AMDK Ades di Kota Kudus. Populasi penelitian ini adalah konsumen AMDK Ades di Kota Kudus, serta sampel sebanyak 150 responden. Data penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Model* dengan program AMOS Ver. 24.0. Hasil penelitian menyatakan bahwa *green product*, *green advertising* dan kepedulian lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Selain itu minat beli juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun *green product*, *green advertising* dan kepedulian lingkungan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: *Green Product*, *Green Advertising*, *Kepedulian Lingkungan*, *Minat Beli*, *Keputusan Pembelian*.

THE EFFECT OF GREEN PRODUCT, GREEN ADVERTISING AND ENVIRONMENTAL CONCERN ON PURCHASE DECISION THROUGH PURCHASE INTENTION AS INTERVENING VARIABLE IN AMDK ADES PRODUCTS IN KUDUS CITY

Widyasri Cahyani

2016-11-073

Adviser 1 : Dr. Drs. Ag Sunarno H., SH., S.Pd., MM.

Adviser 2 : Indah Dwi Prasetyaningrum, SE., MM.

MURIA KUDUS UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSSINESS
STUDY PROGRAM OF MANAGEMENT

Abstract

This study aims to analyze the effect of green product, green advertising, and environmental concern on purchase decision through purchase intention as intervening variable in AMDK Ades products in Kudus City. The population of this study were consumers of AMDK Ades in Kudus, and a sample of 150 respondents. This research data uses primary data and secondary data. The sampling technique used was purposive sampling. The data analysis used in this research is the Structural Equation Model with the AMOS Ver program. 24.0. The results showed that green product, green advertising and environmental concern had a positive and significant effect on purchase intention. In addition, purchase intention also has a positive and significant effect on purchase decision. However, green product, green advertising and environmental concern have a negative and insignificant effect on purchase decision.

Keywords: Green Product, Green Advertising, Environmental Concern, Purchase Intention, Purchase Decision.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMBUL DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAKSI.....	vii
<i>Abstract</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Ruang Lingkup	12
1.3. Perumusan Masalah.....	12
1.4. Tujuan Penelitian.....	14
1.5. Manfaat Penelitian.....	14
1.5.1. Manfaat Teoritis.....	14
1.5.2. Manfaat Praktis	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1. Perilaku Konsumen	16
2.1.1. Definisi Perilaku Konsumen	16
2.2. Keputusan Pembelian	16
2.2.1. Definisi Keputusan Pembelian.....	16
2.2.2. Indikator Keputusan Pembelian	17
2.2.3. Langkah – Langkah Pengambilan Keputusan Pembelian.....	19
2.3. Minat Beli.....	20
2.3.1. Definisi Minat Beli.....	20
2.3.2. Indikator Minat Beli.....	21

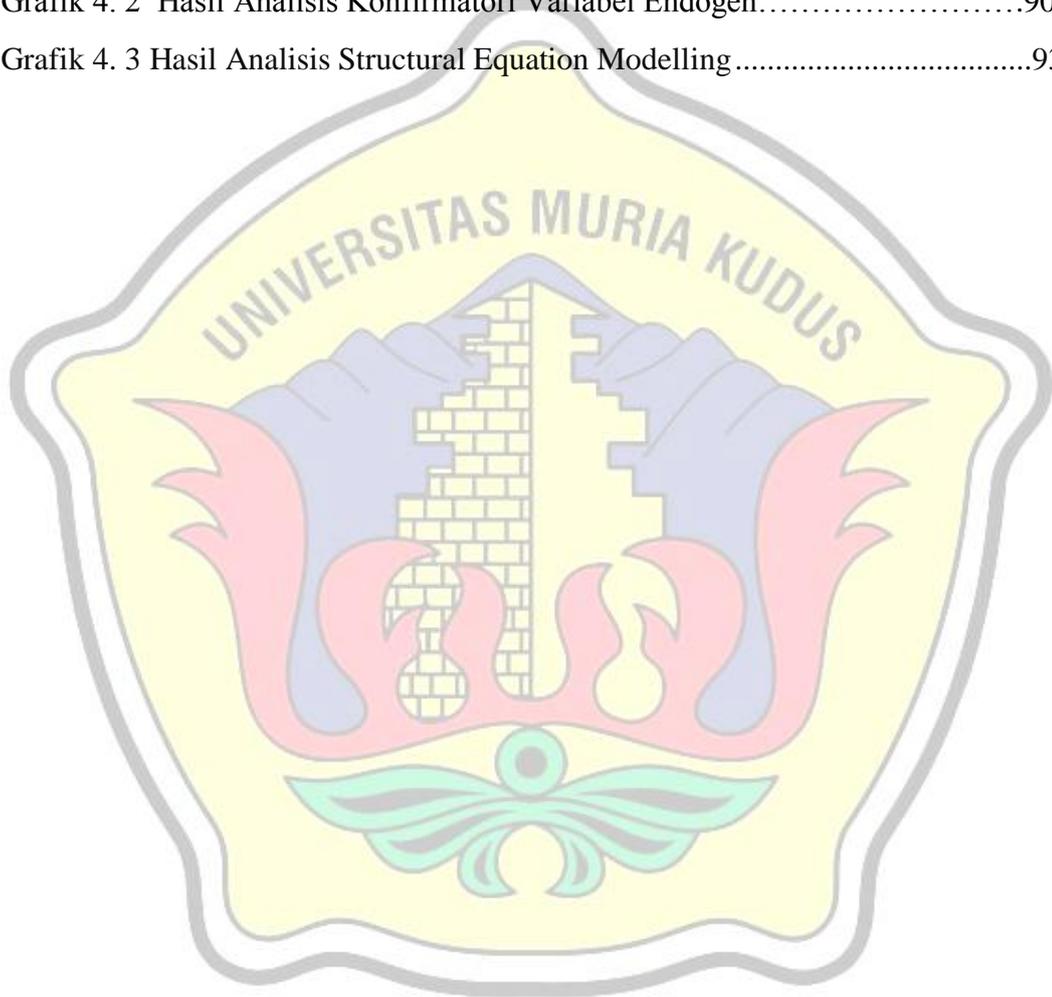
2.4.	<i>Green Marketing</i>	22
2.4.1.	Definisi <i>Green Marketing</i>	22
2.4.2.	Unsur – Unsur <i>Green Marketing</i>	23
2.5.	<i>Green Product</i>	24
2.5.1.	Definisi <i>Green Product</i>	24
2.5.2.	Indikator <i>Green Product</i>	25
2.6.	<i>Green Advertising</i>	26
2.6.1.	Definisi <i>Green Advertising</i>	26
2.6.2.	Indikator <i>Green Advertising</i>	27
2.7.	Kepedulian Lingkungan	27
2.7.1.	Definisi Kepedulian Lingkungan	27
2.7.2.	Indikator Kepedulian Lingkungan	28
2.8.	Tinjauan Penelitian Terdahulu	29
2.9.	Pengaruh Antar Variabel	39
2.9.1.	Pengaruh <i>Green Product</i> terhadap Minat Beli.....	39
2.9.2.	Pengaruh <i>Green Advertising</i> terhadap Minat Beli	40
2.9.3.	Pengaruh Kepedulian Lingkungan terhadap Minat Beli.....	40
2.9.4.	Pengaruh <i>Green Product</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	41
2.9.5.	Pengaruh <i>Green Advertising</i> terhadap Keputusan Pembelian	42
2.9.6.	Pengaruh Kepedulian Lingkungan terhadap Keputusan Pembelian	43
2.9.7.	Pengaruh Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian.....	44
2.10.	Kerangka Konseptual Penelitian	45
2.11.	Hipotesis	46
BAB III METODE PENELITIAN.....		47
3.1.	Rancangan Penelitian	47
3.2.	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	48
3.2.1.	Variabel Penelitian	48
3.2.2.	Definisi Operasional Variabel.....	48
3.3.	Jenis dan Sumber Data	51
3.3.1.	Jenis Data	51
3.3.2.	Sumber Data.....	52
3.4.	Populasi, Sampel & Teknik Sampling.....	52

3.4.1.	Populasi	52
3.4.2.	Sampel.....	52
3.4.3.	Teknik Sampling	53
3.5.	Pengumpulan Data.....	54
3.6.	Uji Instrumen Penelitian.....	55
3.6.1.	Uji Validitas	55
3.6.2.	Uji Reliabilitas	55
3.7.	Pengolahan Data.....	56
3.8.	Analisis Data	58
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		71
4.1.	Hasil Penelitian.....	71
4.1.1.	Sejarah Singkat.....	71
4.1.2.	Visi dan Misi	72
4.1.3.	Profil AMDK Ades	73
4.2.	Penyajian Data.....	73
4.2.1.	Karakteristik Responden	73
4.2.2.	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian	77
4.3.	Analisis Data	82
4.3.1.	Uji Validitas	82
4.3.2.	Uji Reliabilitas	83
4.3.3.	Pengujian Evaluasi Asumsi SEM.....	84
1.	Normalitas Data	84
2.	Evaluasi Outliers	85
3.	Evaluasi Multikolinearitas	86
4.3.4	Analisis Kriteria <i>Goodness of Fit</i>	87
2.	Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Eksogen	88
4.6	Uji Hipotesis	96
4.7.	Hasil Uji Mediasi.....	100
4.7.1.	Besarnya <i>Dirrect Effect</i>	100
4.7.2.	Besarnya <i>Indirect Effect</i> dan <i>Total Effect</i>	101
4.8.	Uji Mediasi	101
4.9.	Pembahasan	103

4.9.1.	Pengaruh <i>Green Product</i> terhadap Minat Beli.....	103
4.9.2.	Pengaruh <i>Green Advertising</i> terhadap Minat Beli	104
4.9.3.	Pengaruh Kepedulian Lingkungan terhadap Minat Beli	105
4.9.4.	Pengaruh <i>Green Product</i> terhadap Keputusan Pembelian	106
4.9.5.	Pengaruh <i>Green Advertising</i> terhadap Keputusan Pembelian	106
4.9.6.	Pengaruh Kepedulian Lingkungan terhadap Keputusan Pembelian	107
4.9.7.	Pengaruh Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian.....	108
4.9.8.	Pengaruh <i>Green Product</i> terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli	109
4.9.9.	Pengaruh <i>Green Advertising</i> terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli	109
4.9.10.	Pengaruh Kepedulian Lingkungan terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli	110
BAB V PENUTUP.....		111
5.1.	Kesimpulan.....	111
5.2.	Saran.....	113
DAFTAR PUSTAKA		115
LAMPIRAN.....		119
Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian.....		120
IDENTITAS RESPONDEN		121
Lampiran 2 : Tabulasi Jawaban Responden.....		127
Lampiran 3 : Output AMOS		134
Lampiran 4 : Tabel Chi – Square		150

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Promosi Periklanan Untuk Produk AMDK ADES	7
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual Penelitian	45
Grafik 4. 1 Hasil Analisis Konfirmatori Variabel Eksogen	87
Grafik 4. 2 Hasil Analisis Konfirmatori Variabel Endogen.....	90
Grafik 4. 3 Hasil Analisis Structural Equation Modelling.....	93



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Konsumsi Air Minum dalam Kemasan di Indonesia Th 2016-2020	4
Tabel 1. 2 Top Brand Indeks (TBI) Kategori Air Minum dalam Kemasan di Indonesia Tahun 2020	5
Tabel 1. 3 Data Penjualan Ades Tahun 2016 – 2020	9
Tabel 3. 1 Uji <i>Goodness of Fit</i>	65
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden	74
Tabel 4. 2 Usia Responden	75
Tabel 4. 3. Pekerjaan Responden	76
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Terhadap (X_1)	77
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Terhadap (X_2)	78
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Terhadap (X_3)	79
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Terhadap (Y_1)	80
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Terhadap (Y_2)	81
Tabel 4. 9 Hasil Uji Convergent Validity	82
Tabel 4. 10 Hasil Uji Construct Reliability	83
Tabel 4. 11 Uji Normalitas	84
Tabel 4. 12 Analisis <i>Outlier</i>	85
Tabel 4. 13 Hasil Uji <i>Goodness of Fit</i> Variabel Eksogen	88
Tabel 4. 14 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Eksogen	89
Tabel 4. 15 Hasil Uji <i>Goodness Of Fit</i> Variabel Endogen	91
Tabel 4. 16 Analisis Konfirmatori Konstruk Variabel Endogen	92
Tabel 4. 17 Uji Model <i>Goodness of Fit</i>	94
Tabel 4. 18 Regression Weights: (Group number 1 - Default model)	95
Tabel 4. 19 Sclar Estimates (Group number 1- Default model)	96
Tabel 4. 20 Hasil Estimasi <i>Dirrect Effect</i>	100
Tabel 4. 21 Hasil Estimasi <i>Indirect Effect</i> dan <i>Total Effect</i>	101

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian.....	120
Lampiran 2 : Tabulasi Jawaban Responden.....	127
Lampiran 3 : Output AMOS	134
Lampiran 4 : Tabel Chi – Square	150

