



ANALISIS *GREEN BRAND AWARENESS*, *GREEN BRAND TRUST*, DAN *GREEN BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM DALAM KEMASAN MEREK ADES

Diajukan oleh :

ACHMAD KHOIRUR ROIS

NIM. 2014-11-314

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



ANALISIS *GREEN BRAND AWARENESS*, *GREEN BRAND TRUST*, DAN *GREEN BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM DALAM KEMASAN MEREK ADES

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

Diajukan oleh :

ACHMAD KHOIRUR ROIS

NIM. 2014-11-314

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

**ANALISIS *GREEN BRAND AWARENESS*, *GREEN BRAND TRUST*, DAN
GREEN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR
MINUM DALAM KEMASAN MEREK ADES**

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



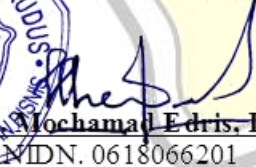
Dina Lusianti, SE., MM., AAK.
NIDN. 0630098401

Pembimbing I



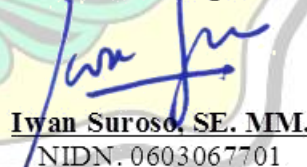
Dr. Mokhammad Arwani, SE, MM.
NIDN. 0618066201

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



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

Pembimbing II



Iwan Suroso, SE. MM.
NIDN. 0603067701

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Dan bersabarlah kamu, sesungguhnya janji Allah adalah benar.”

(Q.S Ar-Rum: 60)

“Waktu itu bagaikan pedang, jika kamu tidak memanfaatkannya menggunakan untuk memotong, ia akan memotongmu (menggilasmu)”

(-H.R. Muslim-)

“Barang siapa keluar untuk mencari Ilmu maka dia berada di jalan Allah “.

(HR. Turmudzi)

Persembahan :

1. Orang tuaku tercinta beserta ridho-Nya
2. Sahabat ku yang mendukungku.
3. Almamater kebanggaanku.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan kehadiran Allah SWT karena dengan rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar dan baik. Adapun maksud penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi tugas akhir guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Rasa terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya penulis haturkan kepada:

1. Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang memberi ijin dalam penyusunan skripsi ini.
2. Dina Lusianti, SE. MM. AAK., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah menyetujui skripsi ini.
3. Dr. Mokhamad Arwani, SE, MM. selaku selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan pengarahannya dalam penyusunan skripsi ini.
4. Iwan Suroso, SE. MM. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan pengarahannya dalam penyusunan skripsi ini.
5. Keluarga besar Fakultas Ekonomi dan Bisnis meliputi dosen pengajar, karyawan dan mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus atas bimbingan, bantuan pelayanan dan kerjasamanya

6. Kedua orang tua dan saudara-saudaraku yang telah memberikan do'a dan restu serta dorongan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa hasil penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan.. Semoga segala bantuan dan kebaikan tersebut mendapat limpahan balasan dari Allah SWT. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.



ABSTRAKSI

ANALISIS *GREEN BRAND AWARENESS*, *GREEN BRAND TRUST*, DAN *GREEN BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM DALAM KEMASAN MEREK ADES

**ACHMAD KHOIRUR ROIS
2014-11-314**

Dosen Pembimbing : 1. Dr. Mokhammad Arwani, SE, MM.
2. Iwan Suroso, SE, MM.

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

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh antara *green brand awareness*, *green brand trust*, dan *green brand image* terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan merek ADES di Kudus. Variabel yang diajukan adalah tiga variabel bebas dan satu variabel terikat, yaitu *green brand awareness*, *green brand trust*, dan *green brand image* sebagai variabel bebas dan sedangkan keputusan pembelian sebagai variabel terikat.

Jenis dari penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif bertujuan untuk menguraikan tentang sifat-sifat (karakteristik) dari suatu keadaan dengan suatu pendekatan yang bersifat objektif, mencakup pengumpulan dan analisis data kuantitatif serta menggunakan pengujian statistik. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuesioner dan wawancara terhadap konsumen air minum dalam kemasan merek ADES di Kudus dan dianalisis dengan regresi. Tahap pertama dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas pertanyaan setiap variabel. Tahap kedua, meregresi pengaruh setiap variabel bebas terhadap variabel terikat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *green brand awareness*, *green brand trust*, dan *green brand image* terbukti memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan merek ADES di Kudus. Air minum dalam kemasan merek ADES di Kudus supaya tetap menjalankan tujuan sesuai yang diharapkan dan tidak mengingkari janjinya memiliki produk ramah lingkungan sehingga keputusan pembelian air minum dalam kemasan merek ADES di Kudus meningkat.

Kata kunci: *Green brand awareness*, *green brand trust*, *green brand image* keputusan pembelian.

ABSTRACT

ANALYSIS OF GREEN BRAND AWARENESS, GREEN BRAND TRUST, AND GREEN BRAND IMAGE ON THE DECISION OF PURCHASE OF DRINKING WATER IN PACKAGING ADES

ACHMAD KHOIRUR ROIS

2014-11-314

Dosen Pembimbing : 1. Dr. Mokhamad Arwani, SE, MM.
2. Iwan Suroso, SE. MM.

UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FACULTY OF ECONOMIC AND AND BUSINESS STUDY PROGRAM
OF MANAGEMENT

This study aims to analyze the effect of green brand awareness, green brand trust, and green brand image on purchasing decisions for bottled drinking water in ADES in Kudus. The proposed variables are three independent variables and one dependent variable, namely green brand awareness, green brand trust, and green brand image as independent variables and while purchasing decisions as dependent variables.

The type of this research is quantitative descriptive which aims to describe the characteristics (characteristics) of a situation with an objective approach, including the collection and analysis of quantitative data and using statistical tests. The method used in this study is a questionnaire and interview method for consumers of drinking water in ADES brand packaging in Kudus and analyzed by regression. The first stage is testing the validity and reliability of questions for each variable. The second stage, regressing the effect of each independent variable on the dependent variable.

The results showed that the variable green brand awareness, green brand trust, and green brand image proved to have a positive and significant influence on the decision to purchase bottled water in the ADES brand in Kudus. Drinking water in the ADES brand in Kudus in order to continue to run as expected and not break its promise to have an environmentally friendly product so that the decision to buy bottled water in the ADES brand in Kudus increases.

Keywords: *Green brand awareness, green brand trust, green brand image purchasing decisions.*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAKSI	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Ruang Lingkup.....	8
1.3. Perumusan Masalah.....	8
1.4. Tujuan Penelitian.....	9
1.5. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1. <i>Green Brand Awareness</i>	11
2.2. <i>Green Brand Trust</i>	13
2.3. <i>Green Brand Image</i>	19
2.4. Keputusan Pembelian.....	24
2.5. Penelitian Terdahulu	33

2.6. Hubungan Antar Variabel	35
2.7. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	39
2.8. Hipotesis.....	40
BAB III METODE PENELITIAN.....	42
3.1. Rancangan Penelitian	42
3.2. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	42
3.3. Jenis Data.....	46
3.4. Populasi dan Sampel.....	46
3.5. Pengumpulan Data.....	48
3.6. Uji Instrumen.....	49
3.7. Pengolahan Data	53
3.8. Metode Analisa Data	54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	58
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	58
4.2. Penyajian Data.....	59
4.3. Analisis Data	65
4.4. Pembahasan	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	76
5.1. Kesimpulan.....	76
5.2. Saran-saran	76

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Top Brand Minuman Kemasan	6
Tabel 3.1. Uji Validitas	51
Tabel 3.2. Uji Reliabilitas	37
Tabel 4.1. Pengelompokkan Responden Berdasarkan Umur.....	59
Tabel 4.2. Pengelompokkan Responden Berdasarkan Pendidikan	60
Tabel 4.3. Pengelompokkan Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	61
Tabel 4.4. Frekuensi Variabel <i>Green Brand Awareness</i>	62
Tabel 4.5. Frekuensi Variabel <i>Green Brand Trust</i>	63
Tabel 4.6. Frekuensi Variabel <i>Green Brand Image</i>	64
Tabel 4.8. Fekuensi Variabel Keputusan Pembelian	65
Tabel 4.9. Hasil Analisis Regresi	66
Tabel 4.10. Hasil Pengujian Berganda (Signifikansi $\alpha = 5\%$)	69
Tabel 4.11. Nilai <i>Adjusted R Square</i>	71

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran Teoritis	40



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Data Hasil *Try Out*
- Lampiran 3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 4. Data Hasil Kuesioner Responden
- Lampiran 5. Frekuensi Data
- Lampiran 6. Hasil Regresi
- Lampiran 7. Tabel t, F, R

