



**PENGARUH *GREEN MARKETING*, *BRAND IMAGE*, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP MINAT BELI AIR MINERAL MEREK AQUA DI
EKS KARISIDENAN PATI**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh

UMI KHOLIFAH

NIM. 2019-11-386

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

TAHUN 2023



**PENGARUH *GREEN MARKETING*, *BRAND IMAGE*, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP MINAT BELI AIR MINERAL MEREK AQUA DI
EKS KARISIDENAN PATI**

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

Oleh :

UMI KHOLIFAH

2019-11-386

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

TAHUN 2023

**PENGARUH *GREEN MARKETING*, *BRAND IMAGE*, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP MINAT BELI AIR MINERAL MEREK AQUA DI
EKS KARISIDENAN PATI**

Nama : Umi Kholifah

NIM : 201911386

Program Studi : Manajemen

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

Kudus,

2023

Mengetahui,
Ketua Program Studi



Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M
NIDN.0024037701

Pembimbing I



Dr. Dwi Soegiarto, S.E., M.M
NIDN. 0620117103

Mengetahui,



Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M
NIDN. 0616077304

Pembimbing II



Mira Meilia Marka, S.E., M.M
NIDN. 0606058801

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Allah SWT tidak akan membebani seorang hamba melainkan sesuai dengan kemampuannya”

(QS. Al-Baqarah : 286)

“Selalu ada harga dalam sebuah proses. Nikmati saja lelah-lelah itu. Lebarakan lagi rasa sabar itu. Semua yang kau investasikan untuk menjadikan dirimu serupa yang kau impikan, mungkin tidak akan selalu berjalan lancar. Tapi, gelombang-gelombang itu nanti yang bisa kau ceritakan”

(Boy Candra)

Orang lain gak akan bisa paham *struggle* dan masa sulitnya kita yang mereka ingin tahu hanya bagian *success stories*. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun gak ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita di masa depan akan bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini, tetap berjuang ya 🍀😊

PERSEMBAHAN

“Tiada lembar paling indah dalam skripsi ini kecuali lembaran persembahan, skripsi ini saya persembahkan sebagai tanda bukti kepada diri saya sendiri, orang tua tercinta, keluarga, pasangan, sahabat, dan teman-teman yang selalu memberi support untuk menyelesaikan skripsi ini”

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, hidayah serta inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Green Marketing*, *Brand Image*, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Air Mineral Merek Aqua di Eks Karisidenan Pati. Skripsi disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi tidak akan selesai tanpa adanya bimbingan, dukungan, bantuan, dan nasehat dari berbagai pihak. Maka penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir Darsono, M.Si selaku Rektor Universitas Muria Kudus
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
3. Noor Indah Ramawati, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen
4. Dr. Dwi Soegiarto, S.E., M.M selaku Dosen pembimbing pertama yang telah meluangkan waktu, bimbingan, perhatian selama menyelesaikan skripsi.
5. Mira Meilia Marka, S.E., M.M selaku dosen pembimbing kedua telah meluangkan waktu, bimbingan, perhatian selama menyelesaikan skripsi.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang memberikan bekal ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis selama perkuliahan.

7. Teristimewa kedua orang tua tercinta yaitu Bapak Jayo (Alm) dan Ibu Jumputri, yang selalu hadir dengan cinta, doa dan merupakan kekuatan terbesar bagi penulis untuk terus belajar dan tetap kuat ketika menghadapi situasi tersulit sekalipun.
8. Terima kasih banyak tak terhingga penulis ucapkan kepada Mbah Sukar dan Paklek Sucipto yang telah menjadi ujung tombak dalam menyelesaikan studi penulis.
9. Untuk saudara saya, Julianto, Novi Kurniawati dan Khusnul Khotimah. Terimakasih atas segala doa dan motivasi yang telah diberikan kepada saudara mu ini.
10. Untuk diri saya sendiri, terima kasih karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tak pernah memutuskan untuk menyerah sesulit apapun.
11. Teruntuk Gunawan Prasetyo, seseorang yang selalu menemani dalam keadaan suka maupun duka, mendengarkan semua keluh kesah, dan memberikan dukungan terhadap saya. Terima kasih sudah bersedia menemani dan mendukung saya hingga saat ini.
12. Sahabatku tercinta, Firda Ariani. Terima kasih sudah menjadi tempat ternyaman dalam bercerita dan bertukar pikiran. Terima kasih juga sudah menjadi salah satu partner dalam berproses selama perkuliahan dan tentunya banyak pengalaman hidup yang berjalan seiring dengan proses pendewasaan.

13. Partner skripsi saya Lina Fitriana, yang selalu ada dan bersedia mendengarkan keluh kesah jalannya skripsi, dan tentunya saya berterimakasih atas segala hal yang telah dilakukan guna meningkatkan semangat saat berproses mengerjakan skripsi.

14. Teman – teman Kelompok Kajian Pasar Modal Fakultas Ekonomi dan Bisnis angkatan 2021/2022 terima kasih atas segala bentuk bantuan, rasa keakraban, dan persaudaraan selama menempuh pendidikan di Universitas Muria Kudus.

15. *Squad* Mayang dan Onde-onde molen, terima kasih telah menjadi tempat pelampiasan saat penulis mengalami kemumetan dalam mengerjakan skripsi.

16. Semua pihak yang membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi.

Dalam penulisan skripsi, penulis berusaha dengan maksimal dengan kerendahan hati penulis jika masih terdapat kekurangan, maka kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca sangat penulis harapkan untuk menyempurnakan skripsi ini kedepannya. Demikian penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca.

Kudus,

2023

Penulis

Umi Kholifah

201911386

**PENGARUH *GREEN MARKETING*, *BRAND IMAGE*, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP MINAT BELI AIR MINERAL MEREK AQUA DI
EKS KARISIDENAN PATI**

UMI KHOLIFAH

201911386

Pembimbing 1: Dr. Dwi Soegiarto, S.E., M.M

Pembimbing 2: Mira Meilia Marka, S.E., M.M

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis *green marketing*, *brand image*, dan kualitas produk terhadap minat beli air mineral Merek Aqua di Eks Karisidenan Pati. Jenis penelitian adalah asosiatif kausal dengan pendekatan kuantitatif. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan menggunakan kuesioner. Sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS versi 25. Hasil pengujian penelitian ini sebagai berikut: (1) *Green marketing* berpengaruh terhadap minat beli air mineral Merek Aqua di Eks Karisidenan Pati. (2) *Brand image* berpengaruh terhadap minat beli air mineral Merek Aqua di Eks Karisidenan Pati. (3) Kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli air mineral Merek Aqua di Eks Karisidenan Pati.

Kata Kunci: *Green Marketing*, *Brand Image*, Kualitas Produk, Minat Beli

THE EFFECT OF GREEN MARKETING, BRAND IMAGE, AND PRODUCT QUALITY ON PURCHASE INTENTION AQUA BRAND MINERAL WATER IN EX KARISIDENAN PATI

UMI KHOLIFAH

201911386

Advisor 1: Dr. Dwi Soegiarto, S.E., M.M

Advisor 2: Mira Meilia Marka, S.E., M.M

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

FAKULTY OF EKONOMICS AND BUSINESS MANAGEMENT STUDY PROGRAM

ABSTRACT

This study has analyzed the effect of green marketing, brand image, and product quality on purchase intention Aqua brand mineral water in Ex Karisidenan Pati. This type of research was causal association with a quantitative approach. Primary data of the research obtained by survey using a questionnaire. Sample as many as 100 respondents. The sampling technique used purposive sampling. The analytical method that has been multiple linear regression analysis used SPSS version 25. Testing this research has resulted in: green marketing had a effect on purchase intention in Ex Karisidenan Pati, brand image had a effect on purchase intention Ex Karisidenan Pati, and product quality had a effect on purchase intention Ex Karisidenan Pati.

Keywords : Green Marketing, Brand Image, Product Quality, and Purchase Intention.

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAKSI.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Ruang Lingkup	10
1.3 Perumusan Masalah.....	11
1.4 Tujuan Penelitian.....	12
1.5 Manfaat Penelitian.....	12
1.5.1 Manfaat Praktis.....	12
1.5.2 Manfaat Teoritis	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Landasan Teori.....	14
2.1.1 Perilaku Konsumen.....	14
2.2 Minat Beli.....	15
2.2.1 Pengertian Minat Beli	15
2.2.2 Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli.....	15
2.2.3 Indikator Minat Beli	16
2.3 <i>Green Marketing</i>	18
2.3.1 Pengertian <i>Green Marketing</i>	18
2.3.2 Dimensi <i>Green Marketing</i>	18
2.3.3 Indikator <i>Green Marketing</i>	19
2.4 <i>Brand Image</i>	21

2.4.1	Pengertian <i>Brand Image</i>	21
2.4.2	Indikator <i>Brand Image</i>	22
2.5	Kualitas Produk	24
2.5.1	Pengertian Kualitas Produk	24
2.5.2	Dimensi Kualitas Produk	25
2.5.3	Indikator Kualitas Produk	27
2.6	Tinjauan Penelitian Terdahulu	28
2.7	Pengaruh Antar Variabel	32
2.7.1	Pengaruh <i>Green Marketing</i> terhadap Minat Beli	32
2.7.2	Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Minat Beli	33
2.7.3	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli	34
2.8	Kerangka Pemikiran Teoritis	35
2.9	Hipotesis Penelitian	36
BAB III METODE PENELITIAN		37
3.1	Rancangan Penelitian	37
3.2	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	37
3.2.1	Variabel Penelitian	37
3.2.2	Definisi Operasional Variabel	38
3.3	Jenis dan Sumber Data	40
3.3.1	Jenis Data	40
3.3.2	Sumber Data	40
3.4	Populasi dan Sampel	41
3.4.1	Populasi	41
3.4.2	Sampel	41
3.5	Teknik Pengumpulan Data	43
3.6	Uji Instrumen Penelitian	44
3.6.1	Uji Validitas	45
3.6.2	Uji Reliabilitas	46
3.7	Analisis Data	46
3.7.1	Analisis Statistik Deskriptif	46
3.7.2	Uji Asumsi Klasik	47
3.7.3	Analisis Regresi Linear Berganda	49

3.7.4	Uji Hipotesis.....	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		54
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian	54
4.2	Penyajian Data.....	55
4.2.1	Deskripsi Responden	55
4.2.2	Tanggapan Responden Terhadap Variabel	56
4.3	Analisis Data	59
4.3.1	Analisis Statistik Deskriptif	59
4.3.2	Uji Asumsi Klasik	61
4.3.3	Uji Instrumen.....	65
4.3.4	Analisis Regresi Linier Beranda.....	67
4.3.5	Uji Hipotesis.....	69
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian.....	72
4.4.1	Pengaruh <i>Green Marketing</i> Terhadap Minat Beli	72
4.4.2	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Minat Beli	73
4.4.3	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli.....	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		76
5.1	Kesimpulan.....	76
5.2	Saran	77
DAFTAR PUSTAKA		79
LAMPIRAN		82

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 <i>Top Brand Indeks (TBI)</i> Kategori Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) tahun 2019-2023	5
Tabel 3.1 Skala Likert	44
Tabel 3.2 Tingkat Reliabilitas	45
Tabel 4.1 Distribusi Jenis Kelamin Responden.....	55
Tabel 4.2 Distribusi Umur Responden.....	55
Tabel 4.3 Distribusi Domisili Responden	56
Tabel 4.4 Variabel Minat Beli	57
Tabel 4.5 Variabel <i>Green Marketing</i>	57
Tabel 4.6 Variabel <i>Brand Image</i>	58
Tabel 4.7 Variabel Kualitas Produk.....	59
Tabel 4.8 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	60
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov (K-S).....	62
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinieritas	64
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Validitas.....	66
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Reliabilitas	67
Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	68
Tabel 4.14 Hasil Uji T.....	70
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	72

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	36
Gambar 4. 1 Uji Normalitas P-Plot of Regression Standardied Residual.....	63
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	65

