



**PENGARUH PEMASARAN HIJAU (*GREEN MARKETING*),
PENGETAHUAN KONSUMEN DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP CITRA MEREK PRODUK MEREK AQUA**

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

Oleh :

DIANI NURMAWATI
201911041

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2024**

**PENGARUH PEMASARAN HIJAU (*GREEN MARKETING*),
PENGETAHUAN KONSUMEN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
CITRA MEREK PRODUK MEREK AQUA**

Nama : Diani Nurmawati
NIM : 201911041
Program Studi : Manajemen

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

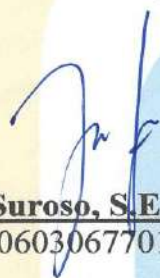
Kudus,

Pembimbing I

 12/9/24

(Dina Lusianti, S.E., M.M., AAK)
NIDN. 0630098401

Pembimbing II



(Iwan Suroso, S.E., M.M., CFP)
NIDN. 0603067701

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen


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

**PENGARUH PEMASARAN HIJAU (*GREEN MARKETING*),
PENGETAHUAN KONSUMEN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
CITRA MEREK PRODUK MEREK AQUA**

Nama : Diani Nurmawati
NIM : 201911041
Program Studi : Manajemen

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

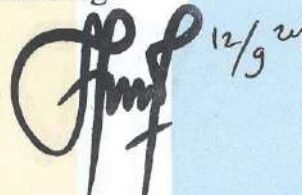
Kudus,

Mengetahui,
Ketua Program Studi



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

Pembimbing I



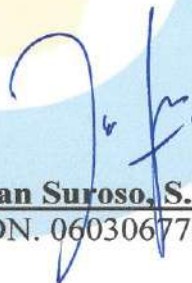
(Dina Lusianti, S.E., M.M., AAK)
NIDN. 0630098401

Mengetahui,
Dekan



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

Pembimbing II



(Iwan Suroso, S.E., M.M., CFP)
NIDN. 0603067701

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya....”

-Q.S Al Baqarah:286

Persembahan :

1. Orang tua yang tersayang

KATA PENGANTAR

Segala puji kita panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia yang memungkinkan peneliti menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “Pengaruh Pemasaran Hijau (*Green Marketing*), Pengetahuan Konsumen dan Kualitas Produk terhadap Citra Merek Produk Merek Aqua” yaitu sebagai salah satu syarat menyelesaikan jenjang pendidikan Strata Satu di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik tidak lepas dari dukungan yang bersifat moral maupun material dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si. selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, SE., MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Dina Lusianti, S.E., M.M., A.A.K. selaku Dosen Pembimbing Pertama yang telah memberikan bimbingan serta arahan dengan sabar dan ikhlas kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Iwan Suroso, S.E., M.M., CFP. selaku Dosen Pembimbing Kedua yang telah memberikan bimbingan serta arahan dengan sabar dan ikhlas kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen serta Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus atas ilmu, pelayanan dan kerjasamanya selama perkuliahan berlangsung.

7. Keluarga besar yang telah memberikan motivasi dan bantuan dalam hal apapun.
8. Teman seperjuangan yang telah memberikan semangat dan bantuan dalam hal apapun.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, sehingga kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak peneliti harapkan. Semoga segala kebaikan dan bantuan yang peneliti dapatkan diberikan balasan dari Allah SWT. Peneliti berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua orang.

Kudus, 2024

Penulis

Diani Nurmawati

201911041

**PENGARUH PEMASARAN HIJAU (*GREEN MARKETING*),
PENGETAHUAN KONSUMEN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
CITRA MEREK PRODUK MEREK AQUA**

DIANI NURMAWATI
201911041

Dosen Pembimbing 1: Dina Lusianti, S.E., M.M., A.A.K.
2: Iwan Suroso, S.E., M.M., CFP.

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

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pemasaran hijau (*green marketing*), pengetahuan konsumen dan kualitas produk terhadap citra merek produk merek Aqua. Sampel penelitian ini sebanyak 96 responden dengan Teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda disertai uji t (parsial) dan uji F (simultan). Metode analisis data menggunakan SPSS Versi 25. Hasil dari pengujian ini menunjukkan bahwa pemasaran hijau (*green marketing*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek. Pengetahuan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek. Hasil pengujian secara simultan menunjukkan bahwa seluruh variabel independent secara bersama-sama berpengaruh terhadap citra merek.

Kata Kunci : Pemasaran Hijau (*Green Markeing*), Pengetahuan Konsumen, Kualitas Produk, Citra Merek

***THE INFLUENCE OF GREEN MARKETING, CONSUMER KNOWLEDGE,
AND PRODUCT QUALITY ON THE BRAND IMAGE OF AQUA BRAND
PRODUCTS***

DIANI NURMAWATI
201911041

Advisor 1: Dina Lusianti, S.E., M.M., A.A.K.
2: Iwan Suroso, S.E., M.M., CFP.

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
STUDY PROGRAM OF MANAGEMENT**

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of green marketing, consumer knowledge and product quality on the brand image of Aqua brand products. The sample for this research was 96 respondents using purposive sampling technique. The data analysis technique uses multiple linear regression analysis accompanied by t test (partial) and F test (simultaneous). The data analysis method uses SPSS Version 25. The results of this test show that green marketing has a positive and significant effect on brand image. Consumer knowledge has a positive and significant effect on brand image. Simultaneous test results show that all independent variables jointly influence brand image.

Keywords : Green Marketing, Consumer Knowledge, Product Quality, Brand Image

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	
..... Error! Bookmark not defined.	
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAKSI	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
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 Landasan Teori	11
2.1.1 Teori Merek (<i>Brand</i>)	11
2.1.2 Citra Merek	14
2.1.3 Pemasaran Hijau (<i>Green Marketing</i>)	17
2.1.4 Pengetahuan Konsumen	24
2.1.5 Kualitas Produk	27
2.2 Pengaruh Antar Variabel	32
2.2.1 Pengaruh Pemasaran Hijau Terhadap Citra Merek	32
2.2.2 Pengaruh Pengetahuan Konsumen Terhadap Citra Merek	33
2.2.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Citra Merek	34

2.3 Tinjauan Penelitian Terdahulu	35
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis dan Hipotesis	38
2.4.1 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	38
2.4.2 Hipotesis	39
BAB III METODE PENELITIAN	41
3.1 Rancangan Penelitian.....	41
3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	41
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	51
3.4 Populasi, Sampel, & Teknik Sampling	52
3.5 Pengumpulan Data	54
3.6 Uji Instrumen Penelitian	55
3.7 Pengolahan Data	56
3.8 Analisis Data	57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	63
4.1 Gambaran Aqua	63
4.1.1 Sejarah Aqua.....	63
4.1.2 Visi dan Misi Aqua.....	64
4.1.3 Arti Logo Aqua.....	65
4.2 Gambaran Responden	66
4.2.1 Jenis Kelamin	67
4.2.2 Usia.....	67
4.2.3 Jumlah Pembelian Produk Aqua dalam 2 Bulan Terakhir	68
4.3 Deskripsi Data Penelitian.....	69
4.3.1 Variabel Pemasaran Hijau (<i>Green Marketing</i>) (X_1).....	69
4.3.2 Variabel Pengetahuan Konsumen (X_2).....	71
4.3.3 Variabel Kualitas Produk (X_3).....	72
4.3.4 Variabel Citra Merek (Y)	74
4.4 Uji Coba Instrumen.....	76
4.4.1 Uji Validitas.....	76
4.4.2 Uji Reliabilitas	77
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	78

4.5.1 Uji Normalitas	78
4.5.2 Uji Multikolonieritas	80
4.5.3 Uji Heteroskidastisitas	81
4.6 Uji Hipotesis	83
4.6.1 Analisis Linier Berganda	83
4.6.2 Uji t.....	86
4.6.3 Uji F.....	88
4.6.4 Koefisien Determinasi	89
4.7 Pembahasan.....	90
4.7.1 Pengaruh Pemasaran Hijau (<i>Green Marketing</i>) terhadap Citra Merek.....	90
4.7.2 Pengaruh Pengetahuan Konsumen Terhadap Citra Merek.....	91
4.7.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Citra Merek.....	92
4.7.4 Pengaruh Pemasaran Hijau (<i>Green Marketing</i>), Pengetahuan Konsumen, Dan Kualitas Produk Terhadap Citra Merek.....	92
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	94
5.1 Kesimpulan	94
5.2 Saran.....	94
DAFTAR PUSTAKA.....	97
LAMPIRAN.....	101

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Pernyataan dan Jawaban Terkait Pengetahuan Konsumen Aqua	5
Tabel 4. 1 Deskripsi Data Responden Dilihat dari Jenis Kelamin.....	67
Tabel 4. 2 Deskripsi Data Responden Dilihat Dari Usia	68
Tabel 4. 3 Deskripsi Data Responden Dilihat dari Pembelian Aqua dalam 2 Bulan Terakhir	68
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden terhadap Variabel Pemasaran Hijau (<i>Green Marketing</i>)	69
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden terhadap Variabel Pengetahuan Konsumen	72
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden terhadap Variabel Kualitas Produk	73
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden terhadap Variabel Citra Merek.....	75
Tabel 4. 8 Hasil Uji Coba Validitas	76
Tabel 4. 9 Hasil Uji Coba Reliabilitas	77
Tabel 4. 10 Hasil One Sample Kolmogorov Smirnov Uji Normalitas	80
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinearitas	81
Tabel 4. 12 Hasil Spearman's Rho Uji Heteroskedastisitas	83
Tabel 4. 13 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	85
Tabel 4. 14 Hasil Uji t.....	87
Tabel 4. 15 Hasil Uji F.....	88
Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	89

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Persentase AQUA dan Merek Lain Tahun 2020, 2021, 2022, 2023	4
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Teoritis	39
Gambar 4. 1 Logo Aqua	65
Gambar 4. 2 Hasil Normal P-Plot Uji Normalitas	79
Gambar 4. 3 Hasil Uji Scatterplot Heteroskedastisitas	82