



**PENGARUH GREEN MARKETING, GREEN PRODUK, KUALITAS  
PRODUK, CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI PELANGGAN  
(STUDI PADA KONSUMEN AIR MINUM DALAM  
KEMASAN CLEO KUDUS)**

**Skripsi**

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh:

**LIA LARASATI**

NIM: 202011382

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



**PENGARUH GREEN MARKETING, GREEN PRODUK, KUALITAS  
PRODUK, CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI PELANGGAN  
(STUDI PADA KONSUMEN AIR MINUM DALAM  
KEMASAN CLEO KUDUS)**

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

Oleh:

**LIA LARASATI**

NIM.202011382

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

**PENGARUH GREEN MARKETING, GREEN PRODUK, KUALITAS  
PRODUK, CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI PELANGGAN  
(STUDI PADA KONSUMEN AIR MINUM DALAM  
KEMASAN CLEO KUDUS)**

Nama : Lia Larasati  
NIM : 202011382  
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan di hadapan Tim Penguji Ujian

Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, .....

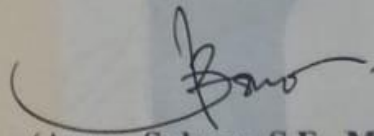
Pembimbing I

Pembimbing II



**(Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M)**

NIDN.0628048702



**(Agung Subono, S.E., M.Si)**

NIDN.0520017602

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen



**(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M)**

NIDN. 0024037701

**PENGARUH GREEN MARKETING, GREEN PRODUK, KUALITAS  
PRODUK, CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI PELANGGAN  
(STUDI PADA KONSUMEN AIR MINUM DALAM  
KEMASAN CLEO KUDUS)**

Nama : Lia Larasati  
NIM : 202011382  
Program Studi : Manajemen

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

Kudus, 2024

Mengetahui  
Ketua Program Studi

Pembimbing I



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



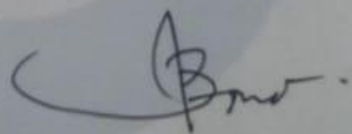
(Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M.)  
NIDN.0628048702

Mengetahui  
Dekan

Pembimbing II



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



(Agung Subono, S.E., M.Si)  
NIDN. 0520017602

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan) kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain”*

*(Q.S Al Insyiroh 6-7)*

Persembahan :

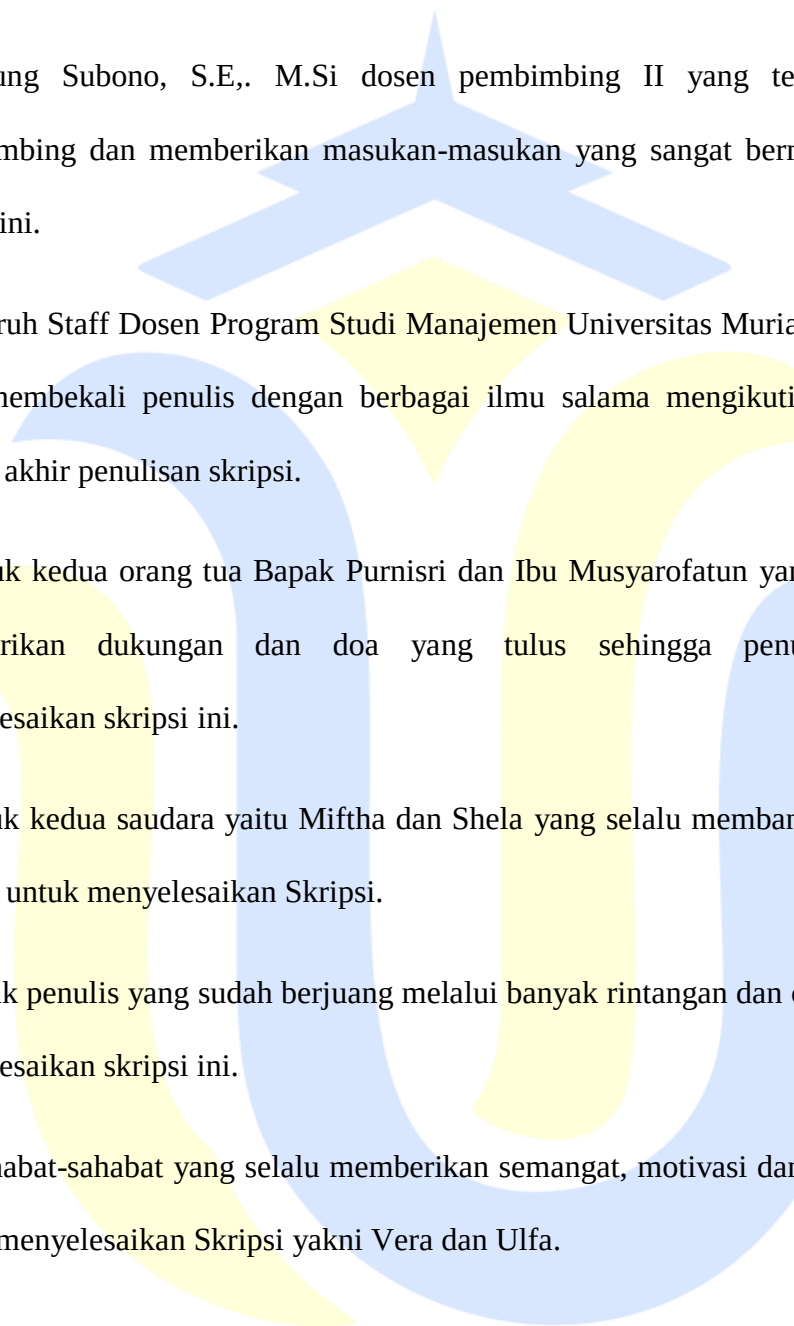
1. Untuk diriku sendiri yang sudah berjuang untuk menyelesaikan pendidikan ini
2. Kedua orang tua, adik, kakak dan seluruh keluarga yang saya sayangi.
3. Sahabat, teman seperjuangan, dan orang-orang baik yang hadir dalam hidup saya.
4. Almamaterku

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan seluruh rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “PENGARUH GREEN MARKETING, GREEN PRODUK, KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI PELANGGAN (STUDI PADA KONSUMEN AIR MINUM DALAM KEMASAN CLEO KUDUS)” Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Strata 1 (satu) guna meraih gelar Sarjana Manajemen (SM) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

Keberhasilan penelitian ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang menjadi motivasi penulis dalam menyelesaikan penelitian ini. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih atas segala bantuan dan dukungan yang telah diberikan, kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si, Rektor Universitas Muria Kudus yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menimba ilmu dengan segala kebijakannya.
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang dengan kebijaksanaanya memberikan kesempatan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi dan studi yang baik.
3. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M., Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah memberikan izin kepada penulis untuk menyusun skripsi.

- 
4. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M, Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, arahan dan saran kepada penulis selama menyusun skripsi.
5. Agung Subono, S.E., M.Si dosen pembimbing II yang telah bersedia membimbing dan memberikan masukan-masukan yang sangat bermanfaat pada skripsi ini.
6. Seluruh Staff Dosen Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus yang telah membekali penulis dengan berbagai ilmu selama mengikuti perkuliahan sampai akhir penulisan skripsi.
7. Untuk kedua orang tua Bapak Purnisri dan Ibu Musyarofatun yang senantiasa memberikan dukungan dan doa yang tulus sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
8. Untuk kedua saudara yaitu Miftha dan Shela yang selalu membantu dalam hal apapun untuk menyelesaikan Skripsi.
9. Untuk penulis yang sudah berjuang melalui banyak rintangan dan cobaan untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Sahabat-sahabat yang selalu memberikan semangat, motivasi dan saran untuk segera menyelesaikan Skripsi yakni Vera dan Ulfa.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan penulis. Maka dalam kesempatan ini penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari pembaca. Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat berguna bagi semua pihak, khususnya pihak-pihak yang berkepentingan. Terima kasih.

Kudus, 2024

Penulis

**LIA LARASATI**

NIM.202011382



**PENGARUH GREEN MARKETING, GREEN PRODUK, KUALITAS  
PRODUK, CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI PELANGGAN  
(STUDI PADA KONSUMEN AIR MINUM DALAM KEMASAN CLEO  
KUDUS)**

LIA LARASATI

202011382

Pembimbing: 1. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M

2. Agung Subono, S. E., M. Si.

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**ABSTRAKSI**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh green marketing, green produk, kualitas produk, dan citra merek terhadap minat beli. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen AMDK Cleo Kudus. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* sehingga menghasilkan sampel sebanyak 120 responden. Analisis data menggunakan analisis SPSS 25. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa green marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, green produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

**Kata kunci: green marketing, green produk, kualitas produk, citra merek,  
minat beli.**

**THE INFLUENCE OF GREEN MARKETING, GREEN PRODUCTS,  
PRODUCT QUALITY, BRAND IMAGE ON CUSTOMER PURCHASE  
INTEREST (STUDY ON CONSUMERS OF AMDK CLEO KUDUS)**

LIA LARASATI

202011382

Advisor: 1. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M

2. Agung Subono, S. E., M. Si.

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

**FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS**

**ABSTRACT**

This research aims to analyze the influence of green marketing, green products, product quality and brand image on purchasing interest. The population in this study were consumers of Cleo Kudus AMDK. The sampling technique used purposive sampling to produce a sample of 120 respondents. Data analysis uses SPSS 25 analysis. Based on the research results, it shows that green marketing has a positive and significant effect on buying interest, green products have a positive and significant effect on buying interest, product quality has a positive and significant effect on buying interest and brand image has a positive and significant effect on buying interest .

**Keywords: green marketing, green products, product quality, brand image,  
interested in bunyi**

## DAFTAR ISI

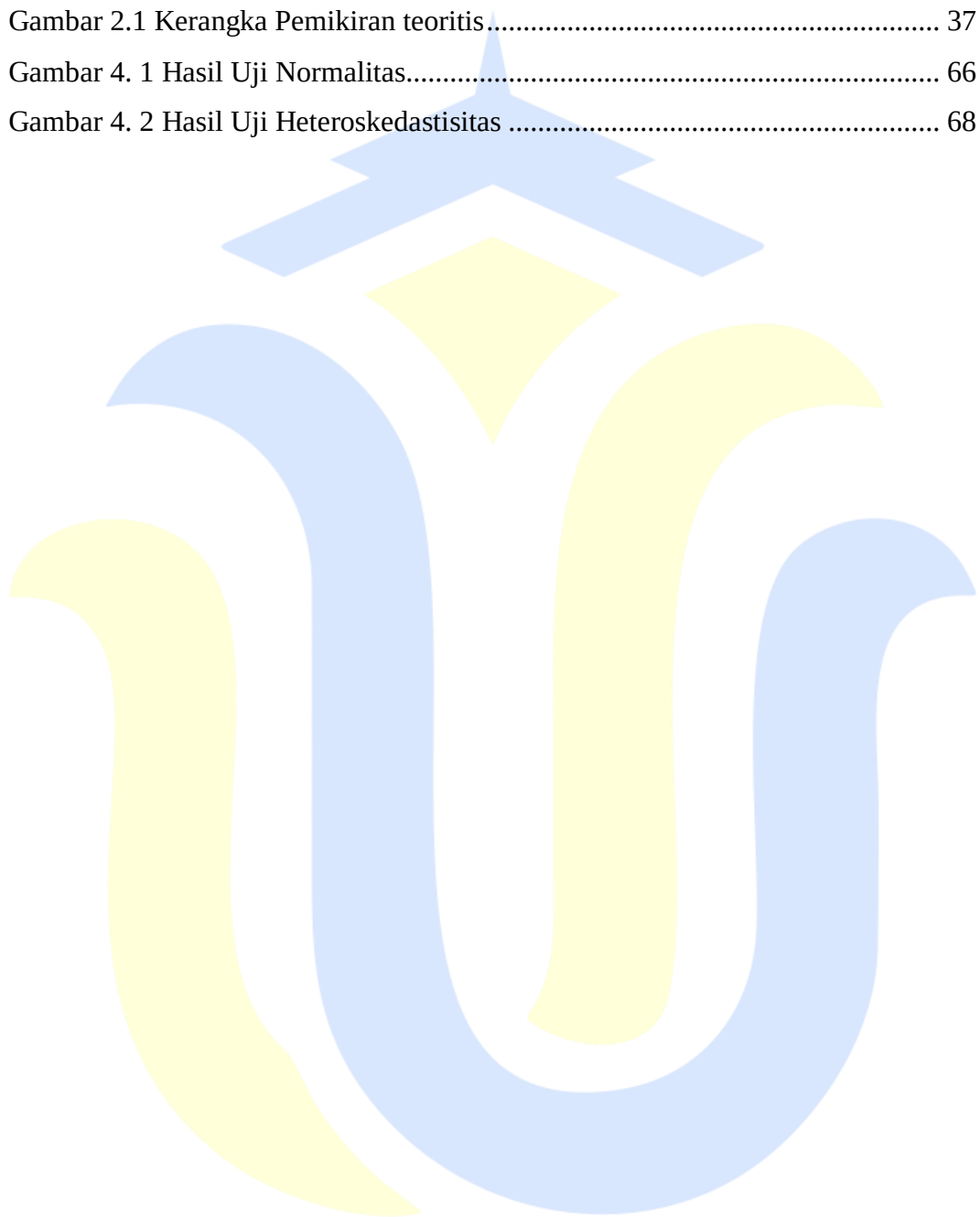
|                                                          | <b>Halaman</b> |
|----------------------------------------------------------|----------------|
| HALAMAN SAMPUL .....                                     | i              |
| HALAMAN JUDUL .....                                      | i              |
| HALAMAN PERSETUJUAN .....                                | ii             |
| HALAMAN PENGESAHAN.....                                  | iii            |
| MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....                              | iv             |
| KATA PENGANTAR .....                                     | v              |
| ABSTRAKSI.....                                           | viii           |
| ABSTRACT.....                                            | ix             |
| DAFTAR ISI.....                                          | x              |
| DAFTAR GAMBAR .....                                      | xiii           |
| DAFTAR TABEL.....                                        | xiv            |
| BAB I PENDAHULUAN .....                                  | 1              |
| 1.1 Latar Belakang .....                                 | 1              |
| 1.2 Ruang Lingkup.....                                   | 7              |
| 1.3 Rumusan Masalah .....                                | 8              |
| 1.4 Tujuan Penelitian .....                              | 9              |
| 1.5 Manfaat Penelitian .....                             | 10             |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....                             | 11             |
| 2.1 Pemasaran .....                                      | 11             |
| 2.2 Minat Beli.....                                      | 12             |
| 2.2.1 Pengertian Minat Beli .....                        | 12             |
| 2.2.2. Green Marketing .....                             | 14             |
| 2.2.3 Green Produk .....                                 | 18             |
| 2.2.4 Kualitas Produk.....                               | 20             |
| 2.2.5 Citra Merek .....                                  | 24             |
| 2.3 Pengaruh Antar Variabel.....                         | 28             |
| 2.3.1 Pengaruh Green Marketing terhadap Minat Beli ..... | 28             |
| 2.3.2 Pengaruh Green produk Terhadap Minat Beli .....    | 29             |
| 2.3.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli ..... | 30             |

|                                                          |    |
|----------------------------------------------------------|----|
| 2.3.4 Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli .....     | 31 |
| 2.4 Penelitian Terdahulu .....                           | 32 |
| 2.5 Kerangka Pemikiran Teoritis .....                    | 36 |
| 2.6 Hipotesis.....                                       | 37 |
| BAB III METODE PENELITIAN.....                           | 39 |
| 3.1 Rancangan Penelitian .....                           | 39 |
| 3.2. Definisi Operasional Variabel.....                  | 40 |
| 3.3 Jenis dan Sumber Data .....                          | 43 |
| 3.4 Populasi dan Sampel .....                            | 45 |
| 3.5 Pengumpulan Data .....                               | 46 |
| 3.6.Uji Validitas dan Reliabilitas .....                 | 47 |
| 3.7.Pengolahan Data.....                                 | 49 |
| 3.8 Analisis Data .....                                  | 50 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....                        | 55 |
| 4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian .....                 | 55 |
| 4.2 Penyajian Data .....                                 | 56 |
| b. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....         | 57 |
| d. Deskripsi Data Jawaban Responden per Variabel .....   | 58 |
| 4.3 Analisis Data .....                                  | 63 |
| 4.3.1 Uji Validitas .....                                | 63 |
| 4.3.2 Uji Reliabilitas .....                             | 65 |
| 4.3.3 Uji Normalitas.....                                | 66 |
| 4.3.4 Uji Multikolinearitas .....                        | 67 |
| 4.3.5 Uji Heteroskedastisitas.....                       | 67 |
| 4.3.6 Uji Autokorelasi .....                             | 68 |
| 4.3.7 Uji t Persial.....                                 | 69 |
| 4.3.8 Uji f Simultan.....                                | 71 |
| 4.3.9 Uji $R^2$ Koefisien Determinasi.....               | 72 |
| 4.4 Pembahasan .....                                     | 74 |
| 4.4.1 Pengaruh Green Marketing Terhadap Minat Beli ..... | 74 |
| 4.4.2 Pengaruh Green Produk Terhadap Minat Beli .....    | 74 |

|                                                                                                            |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 4.4.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli .....                                                   | 75 |
| 4.4.4 Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli.....                                                        | 75 |
| 4.4.5 Pengaruh Green Marketing, Green Produk, Kualitas Produk dan<br>Citra Merek Terhadap Minat Beli ..... | 75 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....                                                                            | 77 |
| 5.1 Kesimpulan.....                                                                                        | 77 |
| 5.2 Saran .....                                                                                            | 78 |
| DAFTAR PUSTAKA .....                                                                                       | 80 |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN.....                                                                                     | 85 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                 | <b>Halaman</b> |
|-------------------------------------------------|----------------|
| Gambar 1.1 Penurunan Penjualan Cleo .....       | 3              |
| Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran teoritis.....     | 37             |
| Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas.....           | 66             |
| Gambar 4. 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas ..... | 68             |



## DAFTAR TABEL

|                                                                   | Halaman |
|-------------------------------------------------------------------|---------|
| Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..... | 56      |
| Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....           | 57      |
| Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....     | 57      |
| Tabel 4.4 Data Jawaban Responden Variabel Minat Beli.....         | 58      |
| Tabel 4.5 Data Jawaban Responden Variabel Green Marketing .....   | 59      |
| Tabel 4.6 Data Jawaban Responden Variabel Green Produk .....      | 60      |
| Tabel 4.7 Data Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk.....    | 61      |
| Tabel 4.8 Data Jawaban responden Variabel Citra Merek.....        | 62      |
| Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas.....                                | 64      |
| Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas.....                            | 65      |
| Tabel 4.11 Hasil Uji multikolinearitas .....                      | 67      |
| Tabel 4. 12 Hasil Uji Autokorelasi .....                          | 69      |
| Tabel 4.13 Hasil Uji t .....                                      | 70      |
| Tabel 4.14 Hasil Uji f Simultan .....                             | 72      |
| Tabel 4. 15 Hasil Uji R <sup>2</sup> Koefisien determinasi.....   | 73      |