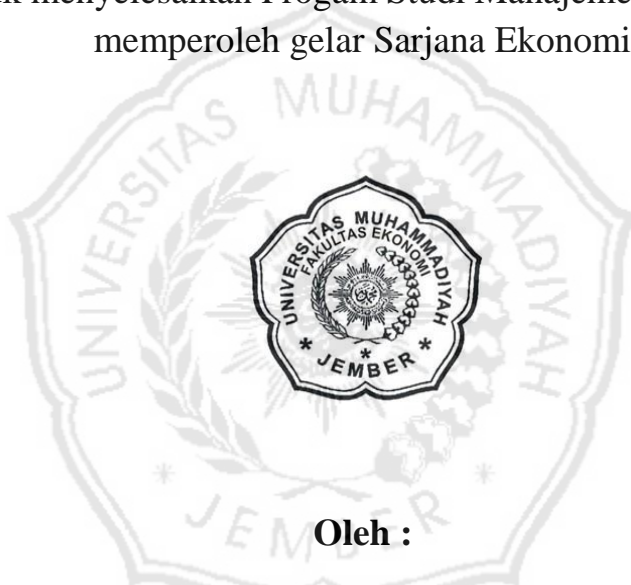


**IMPLEMENTASI GREEN MARKETING TERHADAP
MINAT BELI YANG DIMEDIASI OLEH BRAND IMAGE
(Studi pada AMDK “AL-QODIRI” JEMBER)**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi satu syarat
untuk menyelesaikan Progam Studi Manajemen (S1) dan
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi



Oleh :

CHANDRA MAULANA ARMANTO

15.1041.1161

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

2019

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Chandra Maulana Armanto
NIM : 15.10.411.161
Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : “IMPLEMENTASI GREEN MARKETING TERHADAP MINAT BELI YANG DIMEDIASI OLEH BRAND IMAGE PADA AMDK AL-QODIRI JEMBER” adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut di muka hukum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, Maret 2019
Yang menyatakan,

Chandra Maulana Armanto
NIM. 15.10.411.161

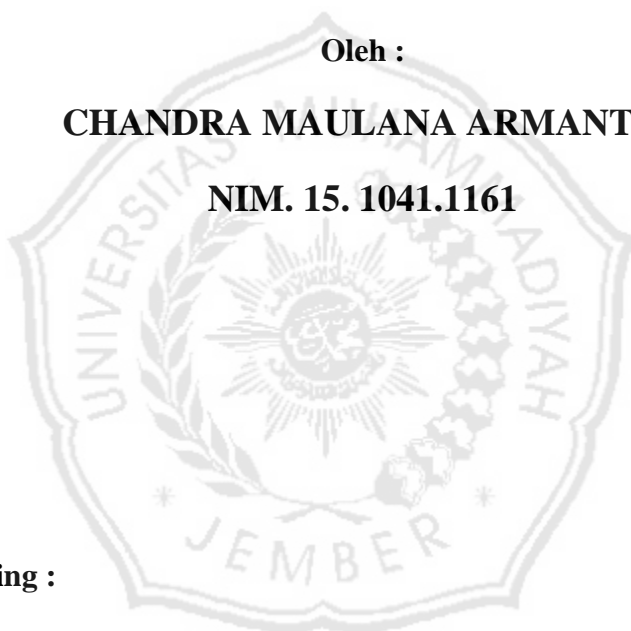
SKRIPSI

IMPLEMENTASI GREEN MARKETING TERHADAP MINAT BELI YANG DIMEDIASI OLEH BRAND IMAGE PADA AMDK “AL-QODIRI” DI JEMBER

Oleh :

CHANDRA MAULANA ARMANTO

NIM. 15. 1041.1161



Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama : Drs. M. Naely Azhad, M.Si

Dosen Pembimbing Pendamping : Akhmad Fahrur Rozi, SE.MM

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul : *Implementasi Green Marketing Terhadap Minat Beli yang Dimediasi oleh Brand Image pada AMDK Al-Qodiri Jember*, telah uji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Nama : Chandra Maulana Armanto

Tanggal : 24 April 2019

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji

Feti Fatimah, SE, MM

NPK : 07 09 622

Anggota 1,

Anggota 2,

Drs. M. Naely Azhad, Msi

Akhmad Fahrur Rozi, SE, MM

NPK : 196612311993031006

NPK : 19900201.1.1703796

Mengesahkan :

Dekan

Ketua Program Studi,

Dr. Arik Susbiyani, SE, Msi

Haris Hermawan, SE, MM

NPK : 01 09 289

NPK : 15 03 643

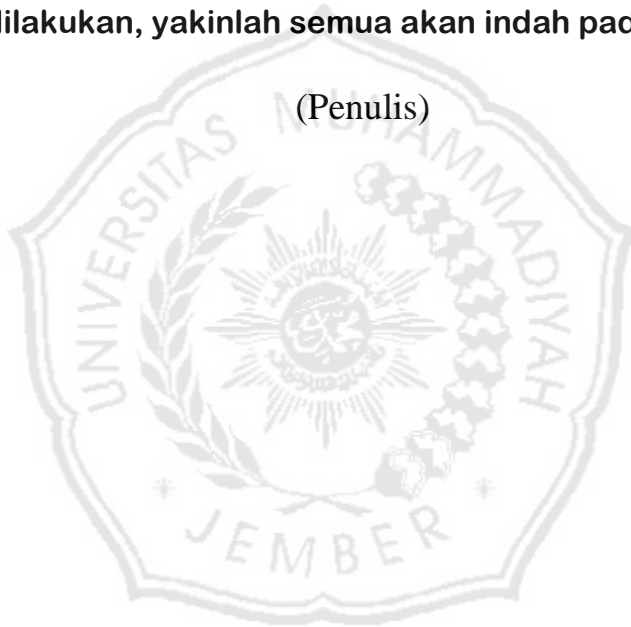
MOTTO

(((Barang siapa yang bersungguh-sungguh, sesungguhnya kesungguhan tersebut untuk kebaikan dirinya sendiri)))

(QS. Al-Ankabut:6)

“”Kesabaranmu akan membuahkan hasil dengan segenap usaha dilakukan, yakinlah semua akan indah pada waktunya””

(Penulis)



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur kami panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat kesehatan, pemahaman, dan kasihNya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan jadwal yang telah direncanakan. Dalam kesempatan ini kami ucapkan banyak-banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini diantaranya :

1. Ayahku Suhartono dan Ibuku Farida yang telah mengasuhku dan memberi segala kasih sayang serta pengorbanannya kepadaku terima kasih atas doa yang diberikan demi keberhasilanku;
2. Kakakku Rangga Perdana S.E yang telah mendukung sehingga saya berhasil menyelesaikan skripsi;
3. Teman Seperjuangan Ayu Krismardini Amd.Keb yang telah mendukung, menemani dan memberikan semangat sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi;
4. Sahabatku Garis Pena : Fiki Ahmad, Rizal Rulhaq, Dicky Maulana, Aulia Rahman, dll yang sudah memberikan dorongan luar biasa sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi;
5. Sahabatku Para Coro : Sofyan Kurniawan, Nibras Bagus, Alvin Lukman, Bayu Widya, Rizky Noveliyani, Gusvilla Intan, Aisyah Kumala yang sudah mendukung dan selalu ada sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi;
6. Teman-teman Manajemen D Fakultas Ekonomi 2015 atas pemberian semangat serta doanya;
7. Teman-teman KKN kelompok 04 desa Karangrejo, kecamatan Gumukmas, kabupaten Jember. Alvin, Ozzy, Firman, Yoza, Azizah, Ghamazin, Faruq, Ilham dll;
8. Bapak **Drs. M. Naely Azhad, M.Si** selaku dosen pembimbing satu, penulis mengucapkan terima kasih atas dorongan dan bimbingannya;
9. Bapak **Akhmad Fahrur Rozi, SE.MM** selaku dosen pembimbing dua, penulis mengucapkan terima kasih atas dorongan dan bimbingannya;
10. Almamater tercinta Universitas Muhammadiyah Jember.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadiran Allah SWT, berkat rahmat dan karunia-Nya akhirnya saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“IMPLEMENTASI GREEN MARKETING TERHADAP MINAT BELI YANG DIMEDIASI OLEH BRAND IMAGE PADA AMDK AL-QODIRI JEMBER”**. Sebagai manusia biasa saya tidak akan pernah luput dari kesalahan, penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Maka dari itu dengan segala kerendahan hati saya mohon kritik, saran dan masukan yang bersifat membangun pembaca.

Pada kesempatan ini saya menyampaikan rasa terima kasih kepada berbagai pihak atas bimbingan, bantuan dan motivasi yang sangat berguna dalam penyelesaian penyusunan skripsi ini, untuk itu saya mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak **Dr. Ir. Muhammad Hazmi, DESS**, Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Ibu **Dr. Arik Susbiyani, SE, M.Si**, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Bapak **Drs. Anwar, M.Sc**, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Bapak **Drs. M. Naely Azhad, M.Si**, Bapak **Akhmad Fahrur Rozi, SE, MM**, dan Ibu **Feti Fatimah, SE, MM**, selaku dosen pembimbing dan dosen penguji yang telah berkenan meluangkan waktu, memberikan arahan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
6. Pada bagian pengajaran Fakultas Ekonomi Manajemen terima kasih atas bantuan, doa dan dukungannya.
7. Bapak **H. Aruna** selaku Direktur Utama PT. Tujuh Impian Bersama Jember.
8. Bapak **Rusdi** beserta seluruh karyawan pada PT. Tujuh Impian Bersama Jember yang telah meluangkan waktunya untuk membantu kelengkapan data skripsi ini dan terimakasih atas dukungan.
9. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, telah banyak memberikan bantuan dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini, atas amal baik yang telah diberikan kepada penulis semoga **ALLAH SWT** memberikan balasan sesuai dengan rahmat serta hidayahNya kepada kita semua.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini sangat sederhana dan jauh dari kesempurnaan dalam penyajiannya, untuk itu saran dan kritik membangun sangat penulis harapkan.

Semoga penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua yang memerlukannya.

Jember, Maret 2019

Penulis



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi

BAB 1 : PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Peneliitian.....	6

BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teori	7
2.1.1 Definisi Green Marketing	7
2.1.1.1 Produk Ramah Lingkungan	8
2.1.1.2 Keunggulan Green Marketing	8
2.1.1.3 Tantangan Green Marketing.....	9
2.1.2 Definisi Brand Image	9
2.1.2.1 Indikator Citra Merek (Brand Image).....	9
2.1.2.2 Faktor-faktor membentuk Citra Merek (Brand Image)	10
2.1.3 Definisi Minat Beli.....	11
2.2 Penelitian Terdahulu	13
2.3 Kerangka Konseptual	14
2.4 Hipotesis	16

BAB 3 : METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian	17
3.2 Populasi dan Sampel.....	17
3.2.1 Populasi	17
3.2.2 Sampel.....	17
3.3 Jenis dan Sumber Data	18
3.3.1 Jenis Data	18
3.3.2 Sumber Data.....	18
3.4 Identifikasi Variabel.....	19
3.5 Definisi Operational Variabel.....	19
3.6 Metode Pengumpulan Data	21
3.7 Uji Instrumen.....	21
3.7.1 Uji Validitas	21
3.7.2 Uji Reabilitas.....	22
3.8 Uji Normalitas Data.....	23

3.9 Analisis Jalur (<i>path analysis</i>)	23
3.10 Uji Asumsi Klasik	24
3.10.1 Uji Multikolinearitas	24
3.10.2 Uji Heterokedastisitas	24
3.11 Uji Hipotesis (Uji t).....	25
3.12 Menghitung Jalur.....	25
BAB 4 : HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	27
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	27
4.1.2 Struktur Organisasi.....	28
4.2 Statistik Deskriptif	29
4.2.1 Deskriptif Karakteristik Responden	29
4.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian.....	30
4.3 Uji Instrumen	33
4.3.1 Uji Validitas	33
4.3.2 Uji Reabilitas.....	35
4.3.3 Uji Normalitas Data	35
4.4 Analisis Jalur (Path Analysis)	36
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	37
4.5.1 Uji Multikolinearitas	37
4.5.2 Uji Heteroskedastisitas	38
4.6 Uji Hipotesis	39
4.6.1 Uji t	39
4.6.2 Menghitung Jalur	39
4.7 Pembahasan.....	40
4.7.1 Pengaruh Green Marketing Terhadap Brand Image.....	40
4.7.2 Pengaruh Green Marketing Terhadap Minat Beli	41
4.7.3 Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Beli.....	42
BAB 5 : KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	43
5.2 Saran	43

DAFTAR PUSTAKA

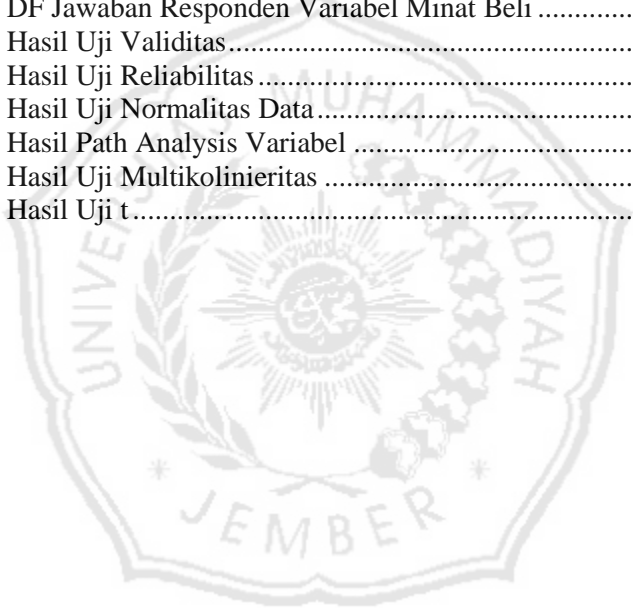
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Konseptual.....	15
Gambar 3.1	Model Analisis Jalur (Path Analysis)	24
Gambar 4.1	Struktur Organisasi	28
Gambar 4.2	Analisis Jalur (Path Analysis).....	36
Gambar 4.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas	38
Gambar 4.4	Analisis Jalur (Path Analysis).....	40



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Negara Diperingkat Sampah Plastik Salah Kelola	2
Tabel 1.2	Data Penjualan	4
Tabel 1.3	Kegiatan Green Marketing AMDK Al-Qodiri	5
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	13
Tabel 4.1	Umur Responden.....	29
Tabel 4.2	Jenis Kelamin Responden	29
Tabel 4.3	Pendidikan Responden	30
Tabel 4.4	Profesi Responden.....	30
Tabel 4.5	DF Jawaban Responden Variabel Green Marketing	31
Tabel 4.6	DF Jawaban Responden Variabel Brand Image.....	32
Tabel 4.7	DF Jawaban Responden Variabel Minat Beli	33
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas.....	34
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas	35
Tabel 4.10	Hasil Uji Normalitas Data	35
Tabel 4.11	Hasil Path Analysis Variabel	36
Tabel 4.12	Hasil Uji Multikolinieritas	38
Tabel 4.13	Hasil Uji t.....	39



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuisisioner
- Lampiran 2 : Rekapitulasi Kuisisioner
- Lampiran 3 : Jawaban Responden
- Lampiran 4 : Uji Instrumen
- Lampiran 5 : Analisis Path
- Lampiran 6 : Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 7 : Uji Hipotesis
- Lampiran 8 : Rtabel
- Lampiran 9 : Dokumentasi



DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, Risna Dwi.dkk. 2015. **Pengaruh Green Marketing Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian** (Study pada Konsumen Non-Member Tupperware di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol.22, Hal.1-10
- Algifari. 1997. *Statistika Induktif*. Yogyakarta. UDP AMP YKPN.
- Ambarwati, Miki. dkk. 2015. **Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli (Study Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Yang Menggunakan Pasta Gigi Pepsodent)**.*Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol.5, No.1, Hal.1-7
- Arseculeratne, Dinuk and Rashad Yazdanifard. 2014. **How Green Marketing Can Create a Sustainable Competitive Advantage for a Business**. *Internasional Busines Research*. 7: 130-137
- Czinkota, M. and Ronkainen. 1992. **Global Marketing 2000: A Marketing Survival Guide**. *Marketing Management*. Vol.1, No.1: 36-45
- Ferdinand, Augusty. 2002. **Marketing Strategi Making: Prosen dan Agenda Penelitian**. *Jurnal Sains Pemaparan Indonesia*. Vol.1, No.1, pp: 1-22.
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang. CV. Indoprint.
- Ghozali, Imam. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Progam SPSS*. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, Damodar. 2005. *Ekonometrika Dasar*. Jakarta. Erlangga.
- Haryadi, Budi. 2009. **Pengaruh Strategi Green Marketing Terhadap Pilihan Konsumen Melalui Pendekatan Marketing Mix**. Tesis. Semarang. Universitas Dipenogoro.
- Hasan, Iqbal. 2006. *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Jakarta. Bumi Aksara.
- Joel Makower, et al. 1994. *The Green Consumer*.Pinguin Books: First Edition.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kesebelas. Diterjemahkan oleh Benyamin Molan. Jakarta: Indeks.
- Kotler (2008). *Manajemen Pemasaran edisi 13 jilid 2*. Jakarta: Airlangga.

- Latan, dan Aelva Temalagi. 2013. *Analisi Multivariate Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20.0*. Bandung. Alfabeta.
- Mathur, L. K. Mathur, I. 2000. **An Analysis of the Wealth Effect of Green Marketing Strategies**. *Journal of Bussines Research*. Vol.50, No.2, 193-200.
- Pribadi, Jagi Wibawa. 2012. *Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Distro Screamous*. Skripsi. Bandung: Universitas Widyatama.
- Polonsky, Michael Jay. 1994. **An Introduction To Green Marketing**. *Electronic Green Journal*. Vol.1, Issue 2
- Purnama, James. 2014. *Pengaruh Produk Ramah Lingkungan, Atribut Merek Hijau, Iklan Peduli Lingkungan dan Persepsi Harga Premium Terhadap Keputusan Pembelian Produk AMDK*. Skripsi. Yogyakarta. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Riduwan dan Kuncoro. 2007. *Cara Menggunakan dan Memakai Analisa Jalur (Path Analysis)*. Bandung. Alfabeta.
- Santoso, Singgih. Dan Tjiptono, Fandy. 2001. *Riset Pemasaran: Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. Jakarta. Elex Media Kumputindo.
- Saputri, Marheni Eka. dan Pranata, Tutut Ratna. 2014. **Pengaruh Brand Image Terhadap Kesetiaan Pengguna Smartphone Iphone**. *Jurnal Sositologi*. Vol.13, No.3
- Sarwono, Jonathan. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta. BP STIE YKPN.
- Schaefer, Anja. 2005. *Some Consideration Regarding The Ecological Sustainability Of Marketing System Open University Business School*.
- Setiawan, Widadik. 2015. *Analisis Pengaruh Citra, Kualitas Layanan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah Bank Jateng*. Skripsi. Surakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Silvia, Fadilatul. dkk. 2014. **Pengaruh Pemasaran Hijau Terhadap Citra Merek Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Study pada Konsultan Independen di Oriflame Cabang Surabaya)**. *Jurnal Adminitrasi Bisnis (JAB)*. Vol.14, No.1

Smith, T. M. 1998. *The myth of green marketing: Tending our goats at the edge of apocalypse*. Toronto: University of Toronto Press.

Surmawan dkk. 2012. *Riset Pemasaran dan Konsumen*. Seri 2. Bogor. PT Penerbit IPB Press.

Tiwari, Sandeep. dkk. 2011. **Green Marketing- Emerging Dimension**. *Journal of Bussines Excellence*. No.4, Hal. 9-11

Umar, Husein. 2003. *Motode Riset Pelaku Oraganisasi*. Jakarta. PT.Gramedia Pustaka Utama.

Umar, Husein. 2004. *Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta. PT.Gramedia Pustaka Utama.

Yazdanifard, Rashad and Mercy, Igbazuo Erdoo. 2011. *The Impact Of green Marketing On Customer Satisfaction and Environmental Safety*. Vol.5, 637. IACSIT Press. Singapore.

Yudrik, Jahja. (2011). *Psikologis Perkembangan*. Jakarta. Kencana.

Zulaeha. 2009. *Dialektologi: Dialek Geografi dan Dialek Sosial*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Website:

<http://megapolitan.kompas.com/read/2018/08/19/21151811/indonesia-penyumbang-sampah-plastik-terbesar-kedua-di-dunia>. (7 November 2018)

<http://news.tridinamika.com/721/inilah-dampak-sampah-plastik-terhadap-lingkungan>. (7 November 2018)

<http://www.google.com/amp/lampung.tribunnews.com/amp/2015/12/21/parah-indonesia-jadi-negara-penyumbang-sampah-plastik-terbanyak-kedua-di-dunia>.(7 November 2018)