



**ANALISIS KESADARAN LINGKUNGAN, HARGA DAN
GREEN ADVERTISING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
AIR MINUM DALAM KEMASAN MEREK ADES DI JEMBER**

SKRIPSI

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

Oleh :

Faradisya Ashari
NIM. 1410411325

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2018**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Faradisya Ashari

NIM : 1410411325

Prodi : Manajemen Ekonomi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: **ANALISIS KESADARAN LINGKUNGAN, HARGA DAN GREEN ADVERTISING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM DALAM KEMASAN MEREK ADES DI 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 isisnya, 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 dimuka hukum, jika ternyata dikemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 20 Maret 2018

Yang menyatakan,

Materai 6000

Faradisya Ashari

NIM. 1410411325

SKRIPSI

ANALISIS KESADARAN LINGKUNGAN, HARGA DAN
GREEN ADVERTISING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
AIR MINUM DALAM KEMASAN MEREK ADES DI JEMBER



Oleh:

Faradisya Ashari
NIM. 1410411325

Pembimbing:

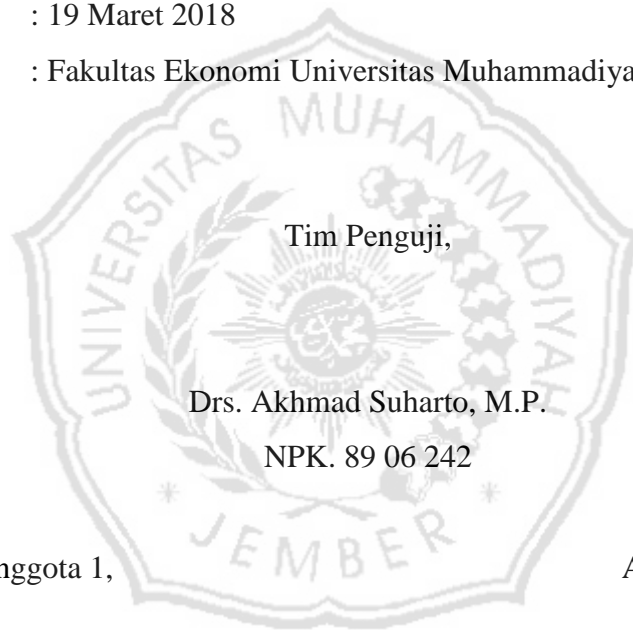
Pembimbing Utama : Dr. Nurul Qomariah, M.M.

Pembimbing Pendamping : Tatit Diansari R., S.E. M.M.

PENGESAHAN

Skripsi berjudul: Analisis Kesadaran Lingkungan, Harga dan *Green Advertising* Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Merek Ades di Jember, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Senin
Tanggal : 19 Maret 2018
Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember



Tim Penguji,

Drs. Akhmad Suharto, M.P.

NPK. 89 06 242

Anggota 1,

Anggota 2,

Dr. Nurul Qomariah, MM.

NPK. 06 03 426

Tatit Diansari R., S.E. M.M.

NPK. 19900321.1.1703804

Mengesahkan:

Dekan,

Ketua Program Studi,

Dr. Arik Susbiyani, M.Si.

NPK. 01 09 289

Drs. Anwar, M.Sc

NPK. 85 03 125

MOTTO

“Sesungguhnya orang yang paling mulia di sisi Allah adalah orang yang paling taqwa di antara kalian”

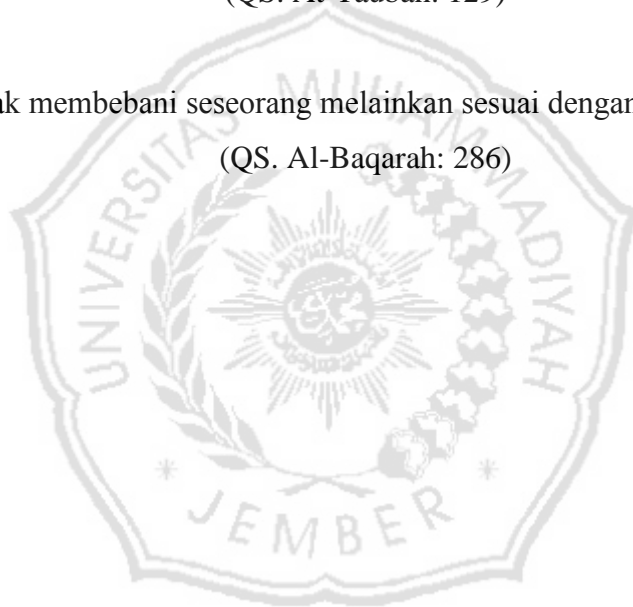
(QS. Al-Hujurat: 13)

“Cukuplah Allah bagiku; tidak ada Tuhan selain Dia. Hanya kepada-Nya aku bertawakal”

(QS. At-Taubah: 129)

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(QS. Al-Baqarah: 286)



PERSEMBAHAN

Ibunda Hj. Siti Maysaroh dan Ayahanda H. Ashari

Terimakasih karena telah memberi dukungan, motivasi dan kasih sayang serta atas pengorbanannya selama ini

Keluarga besar

Kakakku Widya Yuniar, abangku Rizky Andika, adikku Firmansyah, nenek, kakek dan saudara-saudaraku yang lain

Keponakanku

Keponakan Aunty “Kinara” yang sudah menjadi salah satu penyemangat hidup Aunty

Partner hidupku

Mas Hybran Jamal Baktir

Teman seperjuangan

Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammdiyah Jember teristimewa teman-teman Manajemen kelas G

Sahabat Kue Ijo

Selvi, Ade Sukmana, M. Fardan, Desy, Amma, Sony, Zaki, Mas Agung dan Ibu Gun

Ciwi-ciwi

Feli, Mita, Yeni, Fira, Ecik, Nela, Azizah, Veni, Intan, Riske, Eka Puji, Richa Meilinda, Tarina, Meme dan teman Ciwi-ciwi lainnya

Kakak-kakakku

Kak Indah, dan Kak Tina

Mas Jomblo

Terimakasih atas kesabaran ketika mengajari dan membimbing serta terimakasih karena telah membully

Para pembimbing

Bapak Harto, Ibu Nurul, Ibu Tatit, Ibu Bayu, Ibu Maheni, Ibu Wahyu, Ibu Nurul KUI, Bapak Dhaniel dan Mbak Ila

Semua yang telah berpartisipasi

Semua orang yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu, yang telah berpartisipasi dalam penyelesaian skripsi

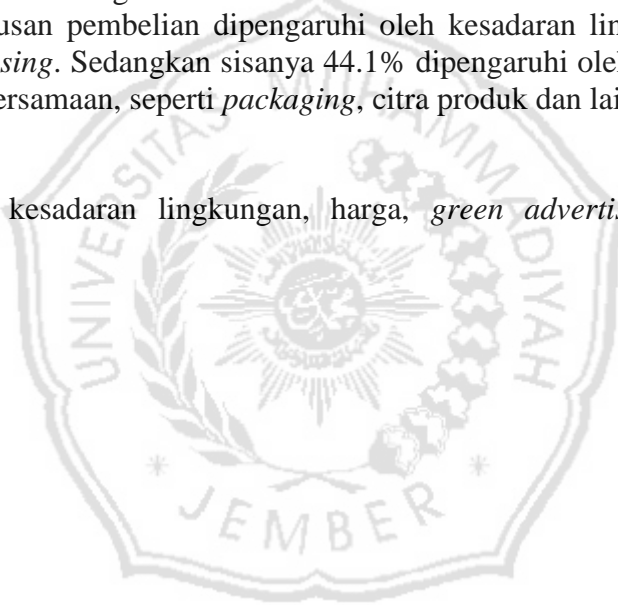
Almamater

Almamater yang saya banggakan Universitas Muhammdiyah Jember

ABSTRAK

Penelitian bertujuan menganalisis pengaruh kesadaran lingkungan, harga dan *green advertising* terhadap keputusan pembelian Ades di Jember. Jenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan desain penelitian eksplanatori. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Ades di Jember, Sampel yang diambil adalah 40 responden dengan teknik *purposive sampling*. Alat analisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesadaran lingkungan, harga dan *green advertising* memiliki nilai koefisien positif, artinya jika kesadaran lingkungan semakin tinggi, harga semakin terjangkau dan *green advertising* semakin baik maka keputusan pembelian Ades akan semakin meningkat. Analisis koefisien determinasi menunjukkan bahwa 55.9% keputusan pembelian dipengaruhi oleh kesadaran lingkungan, harga dan *green advertising*. Sedangkan sisanya 44.1% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model atau persamaan, seperti *packaging*, citra produk dan lain-lain..

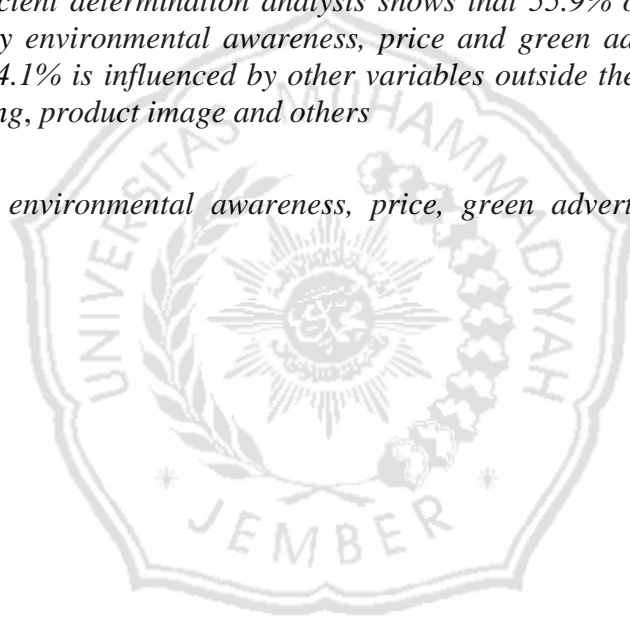
Kata kunci: kesadaran lingkungan, harga, *green advertising* dan keputusan pembelian



ABSTRACT

This research has a purpose to analyze the influence of environmental awareness, price and green advertising to purchase decision of Aedes in Jember. This type of research is descriptive quantitative and research design is explanatory. The population in this research is all Aedes customers in Jember. The samples used were 40 respondents, using the technique of probability sampling with purposive sampling approach. The analysis tool using multiple linear regression. The result shows that environmental awareness, price and green advertising have positive coefficient value, it showed that the higher value of environmental awareness, price and green advertising, it will cause an increase in purchase decision of Aedes. Coefficient determination analysis shows that 55.9% of purchase decision influenced by environmental awareness, price and green advertising. While the remaining 44.1% is influenced by other variables outside the model or equation, like packaging, product image and others

Key words: environmental awareness, price, green advertising and purchase decision



KATA PENGANTAR

Segala puji hanya milik Allah subhanahu wa ta'ala, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan inayah-Nya kepada peneliti, sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Kesadaran Lingkungan, Harga dan *Green Advertising* Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Merek Ades di Jember”.

Peneliti sadar bahwa laporan ini tidak mungkin terwujud tanpa bantuan dari pihak lain. Oleh karena itu peneliti menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Dr. Arik Susbiyani, M.Si. sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember
2. Drs. Anwar, M.Sc. sebagai Ketua Program Studi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember
3. Drs. Akhmad Suharto, M.P. sebagai Dosen Penguji yang telah memberikan saran, kritik dan bimbingan kepada peneliti
4. Dr. Nurul Qomariah, MM. sebagai Dosen Pembimbing Utama dan Tatit Diansari R., S.E. M.M. sebagai Dosen Pembimbing Pendamping yang telah sabar memberikan bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan
5. Seluruh dosen dan staf Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember
6. Teristimewa orang tua tercinta, terima kasih atas semua kasih sayang yang telah kalian berikan
7. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini

Peneliti menyadari bahwa masih terdapat kekurangan pada penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu peneliti menerima segala saran dan kritik dari pembaca agar dapat menjadi bahan evaluasi. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti, pembaca dan bagi almamater tercinta.

Hormat saya,
Faradisya Ashari

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PERNYATAAN | ii |
| HALAMAN PEMBIMBINGAN | iii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | iv |
| MOTTO | v |
| PERSEMBAHAN | vi |
| ABSTRAK | vii |
| KATA PENGANTAR | ix |
| DAFTAR ISI..... | x |
| DAFTAR TABEL..... | xii |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xiv |
| BAB 1. PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1. Latar Belakang | 1 |
| 1.2. Perumusan Masalah | 6 |
| 1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian | 7 |
| BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA | 8 |
| 2.1. Pemasaran | 8 |
| 2.2. Perilaku Konsumen..... | 10 |
| 2.3. Kesadaran Lingkungan | 15 |
| 2.4. Harga..... | 18 |
| 2.5. Green Advertising | 23 |
| 2.6. Keputusan Pembelian..... | 26 |
| 2.7. Tinjauan Penelitian Terdahulu | 29 |
| 2.8. Kerangka Konseptual..... | 30 |
| 2.9. Hipotesis | 30 |
| BAB 3. METODE PENELITIAN | 33 |
| 3.1. Identifikasi Variabel | 33 |

| | |
|--|-----------|
| 3.2. Definisi Operasional Variabel..... | 33 |
| 3.3. Desain Penelitian | 34 |
| 3.4. Jenis Data..... | 35 |
| 3.5. Populasi dan Sampel..... | 35 |
| 3.6. Teknik Pengambilan Sampel | 36 |
| 3.7. Teknik Pengumpulan Data | 36 |
| 3.8. Teknik Analisis Data | 37 |
| 3.8.1 Uji Instrumen Data | 37 |
| 3.8.2 Analisis Regresi Linier Berganda | 38 |
| 3.8.3 Uji Asumsi Klasik | 39 |
| 3.8.4 Uji Hipotesis | 40 |
| 3.8.5 Analisis Koefisien Determinasi | 41 |
| BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN..... | 42 |
| 4.1. Gambaran Umum Ades..... | 42 |
| 4.1.1 Sejarah Ades | 42 |
| 4.1.2 Visi dan Misi Ades | 43 |
| 4.2. Statistik Deskriptif | 43 |
| 4.3. Hasil Analisis Data | 47 |
| 4.3.1 Uji Instrumen Data..... | 47 |
| 4.3.2 Analisis Regresi Linier Berganda..... | 48 |
| 4.3.3 Uji Asumsi Klasik..... | 49 |
| 4.3.4 Uji Hipotesis | 52 |
| 4.3.5 Koefisien Determinasi | 53 |
| 4.4. Pembahasan..... | 54 |
| BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN | 56 |
| 5.1. Kesimpulan | 56 |
| 5.2. Saran | 56 |
| DAFTAR PUSTAKA | 58 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1.1. <i>Market Share</i> AMDK di Indonesia Tahun 2017..... | 2 |
| Tabel 2.1. Ringkasan Penelitian Terdahulu | 29 |
| Tabel 4.1. Usia Responden..... | 43 |
| Tabel 4.2. Jenis Kelamin Responden | 44 |
| Tabel 4.3. Frekuensi Jawaban Responden Variabel Kesadaran Lingkungan | 44 |
| Tabel 4.4. Frekuensi Jawaban Responden Variabel Harga..... | 45 |
| Tabel 4.5. Frekuensi Jawaban Responden Variabel Green Advertising | 46 |
| Tabel 4.6. Frekuensi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian | 46 |
| Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas..... | 47 |
| Tabel 4.8. Hasil Uji Reliabilitas..... | 48 |
| Tabel 4.9. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda..... | 48 |
| Tabel 4.10. Hasil Uji Multikolinearitas..... | 50 |
| Tabel 4.11. Hasil Uji Hipotesis | 52 |
| Tabel 4.12. Hasil Uji F | 53 |
| Tabel 4.13. Hasil Analisis Koefisien Determinasi | 53 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1.1. Survei Awal Pengetahuan Konsumen AMDK Jember | 5 |
| Gambar 2.1. Model Perilaku Konsumen..... | 15 |
| Gambar 2.2. Tahap Proses Keputusan Pembelian | 27 |
| Gambar 2.3. Kerangka Konseptual | 30 |
| Gambar 4.1. Hasil Uji Heteroskedastisitas | 50 |
| Gambar 4.2 Grafik Normal P-Plot | 51 |



DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|----|
| Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian | 61 |
| Lampiran 2. Tabulasi Data..... | 65 |
| Lampiran 3. Output SPSS : Frekuensi Jawaban Responden..... | 67 |
| Lampiran 4. Output SPSS : Instrumen Penelitian..... | 71 |
| Lampiran 5. Output SPSS : Regresi, Asumsi Klasik, Hipotesis dan Koefisien Determinasi..... | 76 |
| Lampiran 6. Halaman Pertama Jurnal Penelitian Terdahulu | 80 |



DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2009. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta, Bandung.
- Bastioli, C. 2005. *Handbook Of Biodegradable Polymers*. Rapra Technology Limited, U.K.
- Bestari, Kristanti Laksmi. 2016. Pengaruh *Green Brand Image, Green Advertising* dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Volume 5, Nomor 5.
- Brannan, Tom. 2005. *Integrated Marketing Communication*. PPM, Jakarta.
- Dahlstrom, Robert. 2011. *Green Marketing Management*. South-Western Cengage Learning, Mason.
- Dharmmesta, Basu Swastha dan Handoko T. Hani. 2005. *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen*. BPFPE, Yogyakarta.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 21*. Edisi Ketujuh. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hsu, Jean Lu dan Wei Hsien Chang. 2003. *The Role Advertising Played in Brand Switching*. *Journal of American Academy of Business*, Cambridge, Vol 2, pp 322-328
- Khan, Martin. 2007. *Consumer Behavior and Advertising Management*. New Age International, New Delhi.
- Kim, Y. C. and Choi, S. M.. 2005. *Antecedents of green purchase behavior: An examination of collectivism, environmental concern and PCE*. *Advances in Consumer Research*.
- Karna, Jari and Heikki Juslin, Virpi Ahonen, Eric Hansen. 2001. Green Advertising, Greenwash or A true Reflection of Marketing Strategies. *The Journal Of Corporate Enviromental Strategy and Practice*. Green Leaf Publishing Limited. Issue 33.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. PT. Indeks, Jakarta.
- Kuncoro, Mudrajad. 2009. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Erlangga, Jakarta.

- Lee, Kaman. 2008. Opportunities for Green Marketing: Young Consumers. *Marketing Intelligence & Planning*, Vol. 26, No. 6.
- Lozada, H. R. 2002. *Ecological Sustainability and Marketing Strategy: Review and Implication*. Seton Hall University.
- Ma'ruf, Hendri. 2005. *Pemasaran Ritel*. Gramedia Pustaka, Jakarta.
- Neolaka, Amos. 2008. *Kesadaran Lingkungan*. PT. Rineka Cipta, Jakarta.
- Pawitaningtyas, Meida R., Srikandi Kumadji dan Sunarti. 2015. Pengaruh Green Advertising Terhadap Citra Merek Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei pada Pengunjung Perpustakaan Umum dan Arsip Kota Malang Konsumen Air Mineral Kemasan Botol Aqua). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 25, No. 1.
- Potabenko, Mariya. 2004. *Research on Environmental Awareness in Ukraine*. <http://www.grida.m/impact/mp.envawa/awreiness.htm>
- Qomariah, Nurul. 2011. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jember). *Jurnal Ekonomi Akuntansi dan Manajemen*, Vol.X No.1.
- Ramli, Rimayang Anggun L. P. 2017. Pengaruh Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum dalam Kemasan. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis (Akmenbis)*, Vol. 6, No. 1.
- Saladin, Djaslim, 2003, *Manajemen Pemasaran*, Linda Karya, Bandung.
- Sari, Yunita. 2014. *Pengaruh Pengetahuan, Citra Produk, dan Kesadaran Lingkungan Terhadap Sikap dan Keputusan Pembelian Produk Ramah Lingkungan dengan Tingkat Pendidikan Sebagai Variabel Moderasi*. Program Magister Manajemen, Universitas Sultan Agung, Semarang.
- Schlegelmilch, Bodo, Adamantios Diamantopoulos dan Dayananda Palihawadana. 2011. The Relationship between Country-of-origin Image and Brand Image as Drivers of Purchase Intentions. *International Marketing Review*, Vol. 28, Issue 5.
- Schiffman dan Kanuk. 2008. *Perilaku konsumen*. Edisi 7. Jakarta: Indeks
- Shimp, Terence A. 2003. *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran.Terpadu*. Erlangga, Jakarta.
- Siswanto, W. dan Rumambi, L. J. 2013. Dampak *environmental advertising* melalui iklan televisi terhadap minat beli produk elektronik AC Inverter Panasonic pada calon konsumen di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 1, No. 1.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.

- Sumarwan, Ujang. 2012. *Riset Pemasaran dan Konsumen*. IPB Press, Bogor.
- Swastha, Basu. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Liberty, Jakarta.
- Swastha, Basu dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty, Yogyakarta.
- Swastha, Basu dan Handoko. 2010. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. BPFE, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.

