



**PENGARUH *GREEN PRODUCT* DAN
GREEN ADVERTISING TERHADAP KEPUTUSAN
KONSUMEN MEMBELI MOBIL SUZUKI
KARIMUN WAGON R DI KOTA JEMBER**

**Studi Kasus Pada Konsumen Yang Telah Memutuskan Membeli Mobil
Suzuki Karimun Wagon R**

**THE INFLUENCE OF GREEN PRODUCT AND GREEN ADVERTISING
ON CONSUMERS BUYING DECISIONS SUZUKI KARIMUN WAGON R
CAR'S IN JEMBER (CASE STUDIES ON CONSUMERS HAD BOUGHT
SUZUKI KARIMUN WAGON R CAR'S)**

SKRIPSI

Oleh:

Isna Poinsefty Firliani
NIM. 120810201373

UNIVERSITAS JEMBER

FAKULTAS EKONOMI

2014



**PENGARUH *GREEN PRODUCT* DAN
GREEN ADVERTISING TERHADAP KEPUTUSAN
KONSUMEN MEMBELI MOBIL SUZUKI
KARIMUN WAGON R DI KOTA JEMBER**

**Studi Kasus Pada Konsumen Yang Telah Memutuskan Membeli Mobil
Suzuki Karimun Wagon R**

**THE INFLUENCE OF GREEN PRODUCT AND GREEN ADVERTISING
ON CONSUMERS BUYING DECISIONS SUZUKI KARIMUN WAGON R
CAR'S IN JEMBER (CASE STUDIES ON CONSUMERS HAD BOUGHT
SUZUKI KARIMUN WAGON R CAR'S)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember

Oleh:

Isna Poinsefty Firliani
NIM. 120810201373

UNIVERSITAS JEMBER

FAKULTAS EKONOMI

2014

SURAT PERNYATAAN

Nama : Isna Poinsefty Firliani
NIM : 120810201373
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh *Green Product* dan *Green Advertising* Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Mobil Suzuki Karimun Wagon R Di Kota Jember (Studi Kasus Pada Konsumen Yang Telah Memutuskan Membeli Mobil Suzuki Karimun Wagon R)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya buat adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali apabila dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya, dan belum pernah diajukan institusi manapun, serta bukan karya jiplakan milik orang lain. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa adanya paksaan dan tekanan dari pihak manapun serta bersedia mendapatkan sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan yang saya buat ini tidak benar.

Jember, 17 September 2014

Yang menyatakan

Isna Poinsefty Firliani
NIM: 120810201373

TANDA PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Green Product* dan *Green Advertising* Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Mobil Suzuki Karimun Wagon R di Kota Jember (Studi Kasus Pada Konsumen Yang Telah Memutuskan Membeli Mobil Suzuki Karimun Wagon R)

Nama : Isna Poinsefty Firliani

NIM : 120810201373

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Disetujui Tanggal : 17 September 2014

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Dr. Hj. Diah Yulisetiari, SE, M.Si
NIP. 19610729 198603 2001

Gusti Ayu Wulandari, SE, M.M
NIP. 19830912 200812 1002

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Handriyono, M.Si
NIP. 196208021990021001

JUDUL SKRIPSI

Pengaruh *Green Product* dan *Green Advertising* Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Mobil Suzuki Karimun Wagon R Di Kota Jember (Studi Kasus Pada Konsumen Yang Telah Membeli Mobil Suzuki Karimun Wagon R)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama Mahasiswa : Isna Poinsefty Firliani

NIM : 120810201373

Jurusan : Manajemen

telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal:

17 September 2014

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua : Dr. Bambang Irawan, SE, M.Si : (.....)

NIP. 19610317 198802 1001

Sekretaris : Drs. Adi Prasodjo, SE, M.P : (.....)

NIP. 19550516 198703 1001

Anggota : Tatok Endiarto, SE, M.Si : (.....)

NIP. 19600404 198902 1001



Foto 4X6

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Jember

Dr. M. Fathorrazi, SE, M.Si
NIP. 196704211994031008

PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar. Skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Kedua orang tua yang saya cintai dan saya sayangi, Ayahanda (Slamet Hariyadi) dan Ibunda (Siti Ma'rufah) yang selalu memberikan dukungan secara moril maupun materi dengan ikhlas mendo'akan, menyayangi, memberikan yang terbaik untuk masa depan saya. Terima kasih atas nasehat dan jerih payah selama ini.
2. Adinda (Jauharatul Husna) yang saya sayangi, terima kasih atas dukungan, do'a dan yang selalu menghibur serta memberikan semangat yang luar biasa untuk saya.
3. Almamater tercinta, Fakultas Ekonomi Universitas Jember

MOTTO

Carilah ilmu sejak dari lahir,

Hingga masuk liang lahat.

(Sabda Nabi Muhammad SAW)

Orang yang bertambah ilmunya dan tidak bertambah hidayahnya,

Maka Ia tidak bertambah kecuali bertambah jauh dari Allah.

(Ulama' Shufi)

Sedikit pengetahuan yang berperan, bernilai jauh lebih baik

Dari banyak pengetahuan namun terputus.

(Kahlil Gibran)

Laksitaning Subroto Tan Nyipto Marang Pringgo Bayaning Lampah

(Dalam perjalanan untuk mencapai cita-cita luhur, kita tidak peduli dengan segala bentuk rintangan).

(Wiwik Hidayatullah, S.P)

RINGKASAN

“Pengaruh *Green Product* dan *Green Advertising* Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Mobil Suzuki Karimun Wagon R Di Kota Jember (Studi Kasus pada Konsumen yang Telah Membeli Mobil Suzuki Karimun Wagon R) ”; Isna Poinsefty Firliani ; 120810201373 ; 2014 ; 66 halaman ; Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Green marketing merupakan pemasaran ramah lingkungan untuk meminimalisir dampak rusaknya lingkungan. Banyak konsumen yang semakin sadar terhadap permasalahan lingkungan menjadikan banyak perusahaan menerapkan isu-isu lingkungan sebagai bentuk strategi pemasaran. PT *United Motor Center* (UMC) Suzuki adalah salah satu perusahaan otomotif yang telah menerapkan *green marketing*. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh *green product* dan *green advertising* terhadap keputusan konsumen membeli mobil Suzuki Karimun Wagon R di kota Jember.

Penelitian ini merupakan penelitian *explanatory research*. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh konsumen yang telah membeli mobil Suzuki Karimun Wagon R di kota Jember. Sampel yang terpilih sebanyak 80 responden. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan kriteria tertentu yaitu, konsumen yang telah membeli mobil Suzuki Karimun Wagon R di kota Jember. Metode analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan pendekatan *confirmatory* yaitu menganalisis data dengan melakukan perhitungan-perhitungan menurut metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan program Amos.

Penelitian ini memperoleh hasil dan kesimpulan bahwa seluruh variabel yaitu, *green product* dan *green advertising* berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen membeli mobil Suzuki Karimun Wagon R di kota Jember. Oleh karena itu PT *United Motors Center* (UMC) Suzuki Jember perlu mempertahankan dan meningkatkan *green product* dan *green advertising* agar konsumen akan tetap selalu melakukan pembelian mobil Suzuki Karimun Wagon R di kota Jember.

SUMMARY

“The Influence of Green Product and Green Advertising on Consumers Buying Decisions Suzuki Karimun Wagon R Car’s In Jember (Case Studies on Consumers Had Bought Suzuki Karimun Wagon R Car’s)”; Isna Poinsefty Firliani ; 120810201373 ; 2014 ; Pages 66 ; Department of Management Faculty of Economics Jember University.

Green marketing is the marketing of eco-friendly to minimize the impact of environmental degradation. Many consumers are increasingly aware of environmental issues makes many companies implementing environmental issues as a form of marketing strategy. PT United Motors Center (UMC) Suzuki is one of the automotive company which has been implementing green marketing. The purpose of this research is to test and analyze the effect of green product and green advertising on consumer buying decisions Suzuki Karimun Wagon R car’s in Jember.

This research is explanatory research. The population of this research are all consumers who have purchased Suzuki Karimun Wagon R car’s in Jember. Samples were selected by 80 respondents. The sampling method was used purposive sampling with certain criteria, namely, consumers who have purchased Suzuki Karimun Wagon R car’s in Jember. Methods of data analysis using multiple linear regression with Confirmatory Factory Analyze (CFA) to make calculations according to the methods quantitative research using the Amos program.

This research to obtain the results and conclusions that all variables, green products and green advertising significantly influence the consumer's decision to buy Suzuki Karimun Wagon R car’s in Jember. Therefore PT United Motors Center (UMC) Suzuki Jember need to maintain and improve the green products and green advertising that consumers will still always make a purchase Suzuki Karimun Wagon R car’s in Jember.

PRAKATA

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan atas kehadiran ALLAH SWT, karena atas segala rahmat, hidayah dan karuniaNya yang telah diberikan kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Green Product* dan *Green Advertising* Terhadap keputusan Konsumen Membeli Mobil Suzuki Karimun Wagon R di Kota Jember (Studi Kasus pada Konsumen yang telah Memutuskan Membeli Mobil Suzuki Karimun Wagon R)”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan program studi Strata Satu (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penulis sangat menyadari bahwa dalam penulisan ini masih sangat banyak kekurangan yang disebabkan keterbatasan dari kemampuan penulis, berkat pertolongan ALLAH SWT serta dorongan semangat dari semua pihak, akhirnya penulisan skripsi terselesaikan. Dalam penyusunan skripsi tidak lepas dari bantuan pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

- a. Dr. M. Fathorrazi, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
- b. Dr. Handriyono, M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
- c. Dr. Hj. Diah Yulisetiari, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan dorongan semangat, bimbingan, pengarahan, saran yang bermanfaat, serta telah meluangkan waktu sehingga skripsi ini mampu terselesaikan.
- d. Gusti Ayu Wulandari, SE, M.M selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan dorongan semangat, bimbingan, pengarahan, saran yang bermanfaat serta telah meluangkan waktu sehingga skripsi ini mampu terselesaikan.
- e. Kedua orang tuaku Ibu Siti Makrufah dan Bapak Slamet Hariyadi, yang telah memberikan kasih sayang, motivasi dan dukungan do'a selama ini.

- f. Seluruh Dosen dan Karyawan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
- g. Sahabat-sahabatku yang selalu hadir dalam setiap suka dan duka.
- h. Teman-teman seangkatan dan seperjuangan Alih Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember angkatan 2012, Novia, Danis, Ulfa, Fiqih, Sevy, Amilia, Mbak Santi, Edo, mas Han, mas Yahdi, terima kasih banyak.
- i. Seluruh pihak yang telah membantu terselesainya skripsi ini yang tidak dapat disebut satu persatu. Terima kasih.

Semoga ALLAH SWT selalu memberikan Hidayah dan Rahmat kepada semua pihak yang telah membantu dengan ikhlas sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Penulis sadar akan keterbatasan dan kurang sempurnanya penulisan Skripsi ini, oleh karena itu segala saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan tambahan pengetahuan bagi yang membacanya.

Jember, 17 September 2014

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
ABSTRAKSI	vii
SUMMARY	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
1.3.1 Tujuan Penelitian	6
1.3.2 Manfaat Penelitian	6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 <i>Green Marketing</i>	7
2.1.2 Produk (<i>Product</i>).....	9
2.1.3 <i>Green Product</i>	10
2.1.4 <i>Green Advertising</i>	12
2.1.5 Keputusan Pembelian	15
2.2 Penelitian Terdahulu	18
2.3 Kerangka Konseptual Penelitian	21

2.4 Hipotesis	22
BAB 3 METODE PENELITIAN	24
3.1 Rancangan Penelitian	24
3.2 Prosedur Pengumpulan Data	24
3.2.1 Jenis Data	24
3.2.2 Metode Pengumpulan Data	25
3.2.3 Populasi dan Sampel	25
3.3 Identifikasi Variabel	26
3.4 Definisi Operasional Variabel	27
3.5 Teknik Pengukuran	28
3.6 Uji Instrumen Penelitian	28
3.6.1 Uji Validitas	28
3.6.2 Uji Reliabilitas	29
3.7 Metode Analisis Data.....	30
3.7.1 Uji Asumsi Regresi Linier Berganda dengan Pendekatan Konfirmatori	30
3.7.2 Analisis Regresi Linier Berganda dengan Pendekatan Konfirmatori ..	31
3.8 Kerangka Pemecahan Masalah	36
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Hasil Penelitian	38
4.1.1 Gambaran Umum PT <i>United Motors Center</i> (UMC) Suzuki.....	40
4.1.2 Karakteristik Responden	42
4.2 Deskripsi Variabel Penelitian	44
4.3 Analisis Uji Validitas dan Reliabilitas	46
4.3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk <i>Green Product</i>	47
4.3.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk <i>Green Advertising</i>	48
4.3.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk Keputusan Pembelian	49
4.4 Analisis Data	50
4.4.1 Uji Asumsi Regresi <i>Confirmatory</i>	50
4.4.2 Analisis Regresi dengan Pendekatan <i>Confirmatory</i>	52
4.4.3 Kesesuaian Model	52
4.4.4 Pengujian Hipotesis	54

4.4.5 Model Structural (<i>Structural Model</i>)	54
4.4.6 Pengujian Hipotesis <i>Green Product</i> dan <i>Green Advertising</i> terhadap Keputusan Pembelian	55
4.5 Pembahasan	57
4.5.1 Pengaruh <i>Green Product</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	57
4.5.2 Pengaruh <i>Green Advertising</i> Terhadap Keputusan Pembelian	59
4.6 Keterbatasan Penelitian	60
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	62
5.1 Kesimpulan	62
5.2 Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN-LAMPIRAN	67

DAFTAR TABEL

	Halaman
1.1 Data Penjualan Mobil Mini Segmen LCGC (<i>low cost green car</i>) Di Indonesia	3
1.2 Data Penjualan Suzuki Karimun Wagon R Di Jember	4
2.1 Definisi <i>Green Product</i>	9
2.2 Persamaan Dan Perbedaan Peneliti Terdahulu Dan Peneliti Sekarang ...	20
3.1 Uji Kesesuaian Model.....	34
4.1 Data Kunjungan Responden Untuk Melakukan <i>Service</i>	42
4.2 Data Responden Dari Jenis Kelamin.....	43
4.3 Data Responden Dari Jenis Pekerjaan.....	43
4.4 Penilaian Responden Pada <i>Green Product</i>	44
4.5 Penilaian Responden Pada <i>Green Advertising</i>	45
4.6 Penilaian Responden Pada Keputusan Pembelian	46
4.7 Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas Konstruk <i>Green Product</i>	48
4.8 Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas <i>Green Advertising</i>	49
4.9 Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas Konstruk Keputusan Pembelian.....	50
4.10 <i>Assessment of normality</i>	51
4.11 <i>Goodness Of Fit</i> Model Sebelum Dimodifikasi	55
4.12 Pengujian Hipotesis.....	56
4.13 Hasil Pengujian Hipotesis	56

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Kerangka Konseptual Penelitian	21
3.1 Kerangka Pemecahan Masalah	36
4.1 Struktur Organisasi PT <i>United Motors Center</i> (UMC) Suzuki Jember ...	39
4.1 Hasil Analisis <i>Confirmatory</i>	52

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian	67
Lampiran 2. Hasil Kuisisioner	70
Lampiran 3. Tabel Frekuensi	73
Lampiran 4. Hasil Uji Analisis Regresi dengan Pendekatan <i>Confirmatory</i> ...	76