



**PENGARUH PENERAPAN KONSEP  
*GREEN PRODUCT* DAN *GREEN ADVERTISING*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
AIR MINUM DALAM KEMASAN MEREK ADES  
DI MASYARAKAT SUMBERSARI KABUPATEN  
JEMBER**

The Influence of concept application of green product and green advertising  
through Summersari' people decision in Jember regency to buy Ades mineral  
bottle water

**SKRIPSI**

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

Oleh:

**Reza Galuh Febrianda**

**NIM. 090810201192**

**UNIVERSITAS JEMBER**

**FAKULTAS EKONOMI**

**2014**

## SURAT PERNYATAAN

Nama : Reza Galuh Febrianda  
NIM : 090810201192  
Jurusan : Manajemen  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul : Pengaruh Penerapan *Green Product* dan *Green Advertising*  
Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan  
Merek Ades di Masyarakat Sumpalsari Kabupaten Jember

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, 7 Januari 2014  
Yang menyatakan

Reza Galuh Febrianda  
NIM: 090810201192

## **TANDA PERSETUJUAN**

Judul Skripsi : Pengaruh Penerapan *Green Product* dan *Green Advertising* Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Merek Ades di Masyarakat Summersari Kabupaten Jember

Nama : Reza Galuh Febrianda

NIM : 090810201192

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Disetujui Tanggal : 20 Desember 2013

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Dr. Imam Suroso, SE, M.Si

H. N. Ari Subagio, SE, M.Si

NIP. 19591013 198802 1001

NIP. 1973109 200003 1002

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Handriyono, M.Si  
NIP. 196208021990021001

## JUDUL SKRIPSI

Pengaruh Penerapan *Green Product* dan *Green Advertising* Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Merek Ades di Masyarakat Sumpenari Kabupaten Jember

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

**Nama Mahasiswa : Reza Galuh Febrianda**

**NIM : 090810201192**

**Jurusan : Manajemen**

telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal:

7 Januari 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. M. Dimiyati, SE, M. Si : (.....)**  
**NIP. 19670421 199403 1008**

**Sekretaris : Dr. Handriono, SE, M.Si : (.....)**  
**NIP. 19620802 199002 1001**

**Anggota : Dr. Imam Suroso, SE, M.Si : (.....)**  
**NIP. 19591013 198802 1001**



Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Jember

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

## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini dipersembahkan kepada:

1. Ibunda Handayani tercinya yang telah melahirkan, membesarkan, mendoakan dan memberi kasih sayang kepadaku selama ini
2. Ayahanda Heri Purwanto tersayang yang telah membesarkan dan mendoakanku selama ini.
3. Almamater yang kubanggakan Fakultas Ekonomi Universitas Jember

## **MOTTO**

“Mengetahui orang lain adalah kecerdasan, mengetahui diri sendiri adalah kebijaksanaan sebenarnya. Mengetahui orang lain adalah sebuah kekuatan, menguasai diri sendiri adalah kekuasaan sebenarnya”

**(Sun Tzu)**

“Tidak ada yang tidak mungkin jika kita berusaha”

**(Reza Galuh)**

“Bisa, harus bisa, pasti bisa”

**(Victory)**

## RINGKASAN

**“Pengaruh Penerapan *Green Product* dan *Green Advertising* Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Merek Ades di Masyarakat Sumpersari Kabupaten Jember”**; Reza Galuh Febrianda ; 090810201192 ; 2013 ; halaman ; Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

PT.Coca-Cola Amatil Indonesia (CCAI) menerapkan konsep lingkungan dengan memproduksi Ades dengan inovasi baru yaitu dengan konsep ramah lingkungan (*green product*). Coca-cola mempromosikan Ades dengan tema *green advertising* yaitu iklan yang berwawasan tentang lingkungan. *Green advertising* diharapkan mampu mempromosikan *green product*, sehingga konsumen memutuskan untuk menggunakan Ades.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *green product* dan *green advertising* terhadap keputusan pembelian Air Minum Dalam kemasan merek Ades pada masyarakat Sumpersari kabupaten Jember. Variabel eksogen dalam penelitian ini adalah *Green Product* (X1), *Green Advertising* (X2) sedangkan variabel endogen dalam penelitian ini yaitu keputusan pembelian (Y). Lokasi penelitian ini dilakukan di kecamatan Sumpersari kabupaten Jember. Data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Metode analisis data menggunakan *Corfirmatory Faktor Analisis*. Hasil penelitian ini bahwa *green produk* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan *green advertising* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

## SUMMARY

**“The Influence of concept application of green product and green advertising through Summersari’ people decision in Jember regency to buy Ades mineral bottle water”**; Reza Galuh Febrianda ; 090810201192 ; 2013 ; halaman ; Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

The Coca Cola Amatil Indonesia Company (CCAI) applied green product concept. The Coca Cola Company promotes its product (Ades) with green advertising theme, advertising about environment concept. Green advertising hopefully can be promoted its product until consumer decided to purchase it.

The purposes of this research are to know the influence of green product and green advertising regarding to purchase decision of Ades Mineral Bottle Water on Summersari Society Jember District. Variable Eksogen in this research are Green Product (X1), Green Advertising (X2), meanwhile Variable Endogen in this research is purchasing decision (Y). This research did in Summersari sub district Jember District. The data that used are primer data and secondary data. The removal sample technique is using Purposing Sampling. The analyze data method is using Confirmatory Factory Analysis. The result of this research that green product is not significantly influence regarding purchasing decision and green advertising significantly influence regarding purchasing decision.



## **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 Website Terhadap Minat Siswa SMA dan SMK Berdasarkan Suku Di Kecamatan Muncar Banyuwangi Untuk Melanjutkan Pendidikan Di Universitas Jember.” Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk 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 karena keterbatasan dari pada kemampuan penulis, tetapi berkat pertolongan ALLAH SWT serta dorongan semangat dari semua pihak, akhirnya penulisan Skripsi ini mampu terselesaikan. Dalam penyusunan Skripsi tidak lepas dari bantuan pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

- a. Bapak 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.Imam Suroso, 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. H. N. Ari Subagio, SE, M.Si 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 Handayani dan Bapak Heri Purwanto, 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. Seluruh teman-temanku Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember angkatan 2009, khususnya partnerku Imam Tauhid, sahabatku-sahabatku Neny Januarista, Ronaning Tiyas dan Candra, kalian luar biasa, serta teman-teman, Novan, Gembul, Lerinda, dan teman-teman kosn Nafeeza terima kasih banyak.
- h. Seluruh pihak yang telah banyak membantu memberikan bantuan dan dorongan semangat yang tidak dapat disebut satu persatu. Terima kasih sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan.

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, 20 Desember 2013

Penulis

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAKSI</b> .....	<b>vii</b>
<b>SUMMARY</b> .....	<b>viii</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	5
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	5
1.3.2 Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>6</b>
2.1 Landasan Teori .....	6
2.1.1 Produk .....	6
2.1.2 <i>Green Product</i> .....	6
2.1.3 Promosi .....	8
2.1.4 <i>Green Advertising</i> .....	11
2.1.5 Keputusan Pembelian .....	14
2.1.5.1 Struktur Keputusan Pembelian .....	14
2.1.5.2 Tahap Proses Pembelian .....	16

2.1.5.3 <i>Green Consumers</i> .....	17
2.2 Penelitian Terdahulu .....	18
2.3 Kerangka Konseptual Penelitian .....	23
2.4 Hipotesis Penelitian .....	25
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN .....</b>	<b>26</b>
3.1 Rancangan Penelitian .....	26
3.2 Jenis Data .....	26
3.3 Metode Pengumpulan Data .....	27
3.4 Populasi dan Sampel .....	27
3.5 Identifikasi Variabel .....	28
3.6 Definisi Operasional Variabel .....	29
3.7 Teknik Pengukuran .....	30
3.8 Pengujian Instrument .....	30
3.9 Metode Analisis Data.....	32
3.9.1 Uji Asumsi Regresi Linier Berganda dengan Pendekatan Konfirmatori	32
3.9.2 Analisis Regresi Linier Berganda dengan Pendekatan Konfirmatori ..	33
3.10 Kerangka Pemecahan Masalah .....	38
<b>BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>40</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	40
4.1.1 Gambaran Umum Air Minum Dalam Kemasan Merek Ades.....	40
4.1.2 Gambaran Umum Kecamatan Sumpalsari.....	40
4.2 Deskripsi Variabel Penelitian .....	41
4.2.1 Analisis Uji Validitas dan Reliabilitas .....	42
4.2.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk <i>Green Product</i> .....	43
4.2.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk <i>Green Advertising</i> .....	44
4.2.4 Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk Keputusan Pembelian .....	44
4.3 Analisis Data .....	45
4.3.1 Uji Asumsi Regresi <i>Confirmatory</i> .....	45
4.3.2 Analisis Regresi dengan Pendekatan <i>Confirmatory</i> .....	47
4.3.3 Kesesuaian Model .....	48
4.3.4 Pengujian Hipotesis .....	49

4.3.5 Model Structural ( <i>Structural Model</i> ) .....	49
4.3.6 Pengujian Hipotesis <i>Green Product</i> dan <i>Green Advertising</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	51
4.4 Pembahasan .....	53
4.4.1 Pengaruh <i>Green Product</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	53
4.4.2 Pengaruh <i>Green Advertising</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	54
4.5 Keterbatasan Penelitian .....	55
<b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>56</b>
5.1 Kesimpulan .....	56
5.2 Saran .....	56
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>58</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>60</b>

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
1.1 Data Permintaan Air Minum Dalam Kemasan .....	2
2.1 Definisi <i>Green Product</i> .....	7
2.2 Penelitian Terdahulu .....	21
3.1 Uji Kesesuaian Model.....	36
4.1 Hasil Analisis Deskriptif Statistik .....	41
4.2 Data Responden .....	42
4.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk <i>Green Product</i> .....	43
4.4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk <i>Green Advertising</i> .....	44
4.5 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk Keputusan Pembelian .....	45
4.6 <i>Asessment of Normality</i> .....	46
4.7 <i>Goodness Of Fit Model</i> .....	51
4.8 Pengujian Hipotesis.....	51
4.9 Hasil Pengujian Hipotesis .....	52

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
2.1 Kerangka Konseptual Penelitian .....	24
3.1 Kerangka Pemecahan Masalah .....	38
4.1 Hasil Analisis Confirmatory .....	47

## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian .....	61
Lampiran 2. Hasil Kuisisioner .....	65
Lampiran 3. Hasil Analisis Deskriptif Statistik .....	68
Lampiran 4. Hasil Uji Analisis Regresi dengan Pendekatan <i>Confirmatory</i> ...	72