



**PENGARUH STRATEGI *GREEN MARKETING* DALAM
IKLAN PRODUK *AIR CONDITIONERS* (AC)
PANASONIC ECONAVI IDEAS TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI KOTA
JEMBER**

*THE INFLUENCE OF GREEN MARKETING STRATEGY IN BRAND AIR
CONDITIONERS (AC) PANASONIC ECONAVI IDEAS ON CONSUMER
BUYING DECISION IN THE JEMBER CITY*

SKRIPSI

Oleh :

NOVIA NURIJA
NIM : 120810201372

**UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI
2014**



**PENGARUH STRATEGI *GREEN MARKETING*
DALAM IKLAN PRODUK *AIR CONDITIONERS* (AC)
PANASONIC ECONAVI IDEAS TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI KOTA
JEMBER**

*THE INFLUENCE OF GREEN MARKETING STRATEGY IN BRAND AIR
CONDITIONERS (AC) PANASONIC ECONAVI IDEAS ON CONSUMER
BUYING DECISION IN THE JEMBER CITY*

SKRIPSI

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

Oleh :

NOVIA NURIJA
NIM : 120810201372

**UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI
2014**

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS JEMBER - FAKULTAS EKONOMI

SURAT PERNYATAAN

Nama : Novia Nuriya
NIM : 120810201372
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh Strategi *Green Marketing* Dalam Iklan Produk *Air Conditioners* (AC) Panasonic Econavi Ideas Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Kota 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, 5 September 2014

Yang menyatakan

Novia Nuriya
NIM: 120810201372

TANDA PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh Strategi *Green Marketing* Dalam Iklan Produk
Air Conditioners (AC) Panasonic Econavi Ideas Terhadap
Keputusan Pembelian Konsumen di Kota Jember.

Nama : Novia Nurija
NIM : 120810201372
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Disetujui Tanggal : 5 September 2014

Pembimbing 1

Pembimbing 2

Dr. Bambang Irawan, M.Si

NIP. 19610317 198802 1001

Drs. Ketut Indraningrat, M.Si

NIP. 19610710 198902 1002

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Jember

Dr. Handriyono, SE., M.Si

NIP. 19620802 199002 1001

JUDUL SKRIPSI

Pengaruh Strategi *Green Marketing* Dalam Iklan Produk *Air Conditioners* (AC) Panasonic Econavi Ideas Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Kota Jember

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama Mahasiswa : Novia Nurija
NIM : 120810201372
Jurusan : Manajemen

telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal :

16 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 : Drs. Abdul Halim, M.Si : (.....)
NIP. 19501221 197801 1001

Sekretaris : Drs. Sudaryanto, MBA, Ph.D : (.....)
NIP. 19660408 199103 1001

Anggota : Drs. Didik Pudjo Musmedi, M.S : (.....)
NIP. 19610209 198603 1001



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Jember

Dr. M. Fathorrazi, SE, M.Si
NIP. 19670421 199403 1008

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah Saya ucapkan syukur kepada Allah SWT. yang telah meniupkan nafasku ke dunia dan telah memberikan saya kesempatan untuk menikmati kebesaran-Nya.

Ku persembahkan karya tulis sederhana ini kepada :

1. Kedua orang tua yang saya cintai dan sayangi, Ayahanda (Juhari) dan Ibunda (Jamiyah) 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. Adek Erlangga Novendra Putra yang telah memberi ikatan persaudaraan dan dukungan kepada kakaknya, semoga kita selalu memberikan kebanggan kepada orang tua. Amiin..
3. Teman-teman seperjuanganku yang setia membantu dan memberikan motivasi kepada saya dalam keadaan apapun.
4. Almamater kebangganku tercinta, Fakultas Ekonomi - Universitas Jember.

MOTTO

Carilah ilmu sejak dari lahir, Hingga masuk liang lahat.

(Sabda Nabi Muhammad SAW.)

Kesabaran itu akan mengubur semua aib-aib, ketabahan itu akan menjadi penutup bagi semua kekeliruan, dan kedermawanan itu adalah pakaian yang besar yang akan menutup semua kekurangan dan kecacatan dalam bathin kita.

(La-Tahzan)

Banyak kegagalan dalam hidup ini dikarenakan orang-orang tidak menyadari betapa dekatnya mereka dengan keberhasilan saat mereka menyerah.

(Thomas Alva Edison)

RINGKASAN

“Pengaruh Pengaruh Strategi *Green Marketing* Dalam Iklan Produk *Air Conditioners* (AC) Panasonic Econavi Ideas Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Kota Jember” ; Novia Nurija ; 120810201372 ; 2014 ; 92 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. Panasonic Gobel Indonesia adalah salah satu perusahaan elektronik yang telah menerapkan *green marketing*. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh *green product* dan *green communication* terhadap keputusan konsumen membeli produk *Air Conditioners* (AC) Panasonic Econavi Ideas di kota Jember.

Penelitian ini merupakan penelitian *explanatory research*. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh konsumen yang telah membeli produk *Air Conditioners* (AC) Panasonic Econavi Ideas di kota Jember. Sampel yang terpilih sebanyak 90 responden. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan kriteria tertentu yaitu, konsumen yang telah membeli produk *Air Conditioners* (AC) Panasonic Econavi Ideas 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 communication* berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen membeli produk *Air Conditioners* (AC) Panasonic Econavi Ideas di kota Jember. Oleh karena itu PT. Panasonic Gobel Indonesia perlu mempertahankan dan meningkatkan strategi *green marketing* agar konsumen akan tetap selalu melakukan pembelian produk *Air Conditioners* (AC) Panasonic Econavi Ideas di kota Jember.

SUMMARY

“The Influence Of Green Marketing Strategy In Brand Air Conditioner (AC) Panasonic Econavi Ideas On Consumer Buying Decision In The Jember City”; Novia Nuriya ; 120810201372 ; 2014 ; Pages 92 ; Department of Management Faculty of Economics Jember University.

Green marketing is the eco-friendly of marketing to minimize the impact of environmental degradation. Many consumers are increasingly aware of environmental issues drive companies to implement environmental issues one of marketing strategy. PT. Panasonic Gobel Indonesia is one of the electronic company which has been implementing green marketing. The purpose of this research is to test and analyze the effect of green product and green communication on consumer buying product Air Conditioners (AC) Panasonic Econavi Ideas in Jember city.

This research is an explanatory research. The population of this research are all consumers who have purchased product Air Conditioners (AC) Panasonic Econavi Ideas in Jember City. As many as 90 people become respondents. The sampling method was used purposive sampling with certain criteria, that is the consumers who have purchased product Air Conditioners (AC) Panasonic Econavi Ideas in Jember City. Methods of data analysis using multiple linear regression with a Confirmatory approach that analyzes the data with doing calculations according to quantitative research using the Amos program.

This research is to obtain the results and conclusions that all variables, green products and green communication significantly influence the consumer's decision to buy product Air Conditioners (AC) Panasonic Econavi Ideas in Jember City. Therefore PT. Panasonic Gobel Indonesia need to maintain and improve the green marketing that consumers will still make a purchase product Air Conditioners (AC) Panasonic Econavi Ideas in Jember city.

PRAKATA

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan atas kehadiran ALLAH SWT., karena atas segala rahmat, hidayah dan karunia-Nya yang telah diberikan kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Strategi *Green Marketing* Dalam Iklan Produk *Air Conditioners* (AC) Panasonic Econavi Ideas Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Kota Jember”. 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. Bambang Irawan, 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. Drs. Ketut Indraningrat, 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. Ema Desia Prajitiasari, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing Akademik.

- f. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang telah membimbing sampai akhirnya penulis dapat menyelesaikan studi, serta karyawan dan staf Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
- g. Kedua orang tuaku Ayahanda Juhari dan Ibunda Jamiyah, yang telah memberikan kasih sayang, motivasi dan dukungan do'a selama ini.
- h. Sahabat-sahabat setiaku yang selalu hadir dalam setiap suka dan duka.
- i. Teman-teman Manajemen dan temen-teman kost Belitung Raya no.26, terima kasih sudah membuat hidupku jauh lebih berwarna.
- j. Teman-teman seangkatan dan seperjuangan Alih Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember angkatan 2012, Isna, Ulfa, Danis, Fiqih, Sevy, Amilia, Mbak Santi, Edo, mas Han, mas Yahdi, terima kasih banyak atas segala bantuan dan dukungannya.
- k. 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, 5 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 Perumusan Masalah	8
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
1.3.1 Tujuan Penelitian	8
1.3.2 Manfaat Penelitian	9
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Green Marketing	10
2.1.1.1 <i>Green Product</i>	11
2.1.1.2 <i>Green Communication</i>	13
2.1.2 <i>Green Advertising</i> (Iklan Hijau).....	14
2.1.3 <i>Green Consumers</i> (Konsumen Hijau).....	16
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	18

2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu	20
2.3 Kerangka Konseptual	23
2.4 Hipotesis Penelitian	24
BAB 3 METODE PENELITIAN	26
3.1 Rancangan Penelitian	28
3.2 Jenis dan Sumber Data	26
3.2.1 Jenis Data	26
3.2.2 Sumber Data.....	26
3.3 Metode Pengumpulan Data	27
3.4 Populasi dan Sampel	28
3.4.1 Populasi.....	28
3.4.1 Sampel.....	28
3.2 Identifikasi Variabel	39
3.3 Definisi Operasional Variabel	29
3.4 Teknik Pengukuran Data.....	32
3.5 Uji Instrument Penelitian	32
3.5.1 Uji Validitas	32
3.5.2 Uji Reliabilitas	33
3.6 Metode Analisis Data.....	34
3.6.1 Uji Asumsi Regresi Linier Berganda Pendekatan Konfirmatori.....	34
3.6.2 <i>Confirmatory Technique</i>	35
3.7 Kerangka Pemecahan Masalah	40
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	42
4.1 Hasil Penelitian	42
4.1.1 Gambaran Umum PT. Panasonic Gobel Indonesia.....	42
4.1.1.1 Visi dan Misi Perusahaan.....	44
4.1.1.2 <i>Job Description</i>	44
4.1.1.3 Struktur Organisasi PT. Panasonic Gobel Indonesia	59
4.1.2 Karakteristik Responden	50

4.2 Deskripsi Variabel Penelitian	51
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk	55
4.3.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk <i>Green Product</i>	56
4.3.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk <i>Green Communicaion</i>	57
4.3.4 Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk Keputusan Pembelian	57
4.4 Analisis Data	58
4.4.1 Uji Asumsi Regresi <i>Confirmatory Factor Analysis (CFA)</i>	58
4.4.2 Analisis <i>Confirmatory Factor Analysis (CFA)</i>	60
4.5 Pembahasan	64
4.5.1 Pengaruh Variabel <i>Green Product</i>	65
4.5.2 Pengaruh Variabel <i>Green Communication</i>	67
4.6 Keterbatasan Penelitian	69
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	70
5.1 Kesimpulan	70
5.2 Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN	75

DAFTAR TABEL

	Halaman
1.1 Perkembangan Pasar Elektronik di Indonesia.....	3
1.2 Data penjualan AC Panasonic <i>Econavi Ideas</i> di Kota Jember.....	5
2.1 Pemenuhan Keempat Kebutuhan Konsumen.....	10
2.2 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu.....	22
3.1 Uji Kesesuaian Model	38
4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
4.2 Data Responden dari Pekerjaan	51
4.3 Penilaian Responden pada <i>Green Product</i> (X_1).....	52
4.4 Penilaian Responden pada <i>Green Communication</i> (X_2)	53
4.5 Penilaian Responden pada Keputusan Pembelian (Y).....	54
4.6 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk <i>Green Product</i>	56
4.7 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk <i>Green Communication</i>	57
4.8 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk Keputusan Pembelian.....	57
4.9 <i>Assessment of Normality</i>	59
4.10 Indeks Kesesuaian CFA	61
4.11 Hasil Pengujian Kausalitas Hipotesis	62
4.12 Hipotesis Penelitian.....	64

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1.1 Perbandingan Kecepatan Pendinginan di Dalam Ruangan	6
2.1 Kerangka Konseptual	23
3.1 Kerangka Pemecahan Masalah	40
4.1 Struktur Organisasi PT. Panasonic Gobel Indonesia	49
4.2 Hasil Analisis <i>Confirmatory</i>	60

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian	76
Lampiran 2. Hasil Kuisisioner	79
Lampiran 3. Tabel Frekuensi	82
Lampiran 4. Uji <i>Confirmatory</i>	86
Lampiran 4. Hasil Uji Analisis Regresi dengan Pendekatan <i>Confirmatory</i> ...	72