

**PENGARUH *GREEN MARKETING MIX* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MELALUI NIAT BELI SEBAGAI MEDIASI
(PADA PRODUK MIE INSTAN LEMONILO)**

SKRIPSI

Diajukan guna memenuhi persyaratan
Untuk memperoleh derajat sarjana
Program Studi Manajemen



Silvia Mei Saroh

121901527

**SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA
YOGYAKARTA**

2023

LEMBAR PERSETUJUAN

PENGARUH *GREEN MARKETING MIX* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MELALUI NIAT BELI SEBAGAI MEDIASI
(PADA PRODUK MIE INSTAN LEMONILO)

Diajukan oleh:

Silvia Mei Saroh

121901527

Yogyakarta, 1 Februari 2023

Telah disetujui oleh:

Dosen Pembimbing,

A handwritten signature in black ink that reads "Anna Partina" with a horizontal line underneath.

Anna Partina, Dr., M.Si

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH *GREEN MARKETING MIX* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MELALUI NIAT BELI SEBAGAI MEDIASI
(PADA PRODUK MIE INSTAN LEMONILO)**

Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan di depan Dewan penguji Jurusan
Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta

Tanggal: 1 Februari 2023

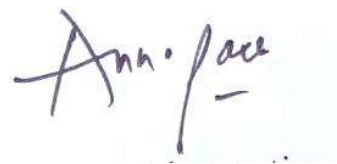
yang terdiri dari

Ketua



(Retno Hartati, Dra., M.B.A)

Anggota



(Anna Partina, Dr., M.Si)

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“Pengaruh *Green Marketing Mix* Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Niat Beli Sebagai Mediasi (Pada Produk Mie Insatan Lemonilo)”** dan diajukan untuk diuji pada tanggal 20 Januari 2023 adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagian tulisan saya sendiri, dan ada atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta batal saya terima.

Yogyakarta, 1 Februari 2023

Yang memberi pernyataan



Silvia Mei Saroh

Saksi 1, sebagai pembimbing skripsi merangkap anggota tim penguji skripsi:



Anna Partina, Dr., M.Si

Saksi 2, sebagai ketua tim penguji:



(Retno Hartati, Dra., M.B.A)

PERSEMBAHAN

Puji syukur Alhamdulillah kepada Allah Subhanahu wa ta'ala, atas berkat dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Saya persembahkan skripsi ini kepada :

1. Bapak, Ibu, dan Adikku yang selalu memberikan dukungan serta doa yang tiada henti kepada peneliti.
 1. Kedua orang tua saya Bapak Wuradi dan Ibu Komsatun yang tiada hentinya meberikan kasih sayang, dukungan, semangat, materi, dan doa yang tidak pernah putus.
 2. Kepada diri saya yang telah berjuang dan berhasil menyelesaikan skripsi ini
 3. Bapak dan Ibu dosen yang telah membagikan ilmu yang berguna untuk saya dapat menyusun skripsi ini.
 4. Seluruh keluarga besar dan teman-temanku yang selalu memberikan semangat dan doanya.

MOTTO

Tidak ada mimpi yang terlalu tinggi dan

Tidak ada sang pemimpi yang terlalu kecil

Tidak ada yang terlalu cepat dan

Tidak ada yang terlalu lambat

Setiap manusia berjalan di waktunya masing-masing

Jika mindset mu berubah

Hidupmu pasti akan ikut berubah

KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi “Pengaruh *Green Marketing Mix* Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Niat Beli Sebagai Mediasi (Pada Produk Mie Instan Lemonilo)”

Dalam Penulisan skripsi ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas bantuan berupa dorongan, semangat, nasehat dan kerjasama dari berbagai pihak, yaitu kepada:

1. Dr. Suparmono, M.Si. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta
2. Anna Partina, Dr., M.Si sebagai dosen pembimbing yang telah membantu dan memberikan pengarahan sehingga skripsi dapat selesai sesuai rencana.
3. Kedua orang tua penulis, Ibu dan Bapak, serta adik yang telah memberikan semangat, dukungan berupa moril dan materiil.
4. Segala pihak yang memberikan dorongan dan bantuan pada segala proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa laporan ini jauh dari kata sempurna oleh karena itu kritik dan saran sangat penulis harapkan. Semoga dapat bermanfaat bagi perkembangan penelitian dimasa yang akan datang.

Yogyakarta, 1 Februari 2023

Penulis

Silvia Mei Saroh

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh “Pengaruh *Green Marketing Mix* Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Niat Beli Sebagai Mediasi (Pada Produk Mie Instan Lemonilo)”. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan metode *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Metode analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas, analisis regresi linier berganda, hierarchical regression analysis, uji t dan koefisien determinasi adjusted R square. Jumlah responden sebanyak 159 dengan kriteria responden dari penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli produk mie instan Lemonilo minimal satu kali dan berusia minimal 17 tahun.

Kata Kunci: *Green Marketing Mix, Green Product, Green Price, Green Place, Green Promotion*, Keputusan Pembelian, Niat Beli

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of "The Effect of Green Marketing Mix on Purchase Decisions Through Purchase Intention as Mediation (On Lemonilo Instant Noodle Products)". The sampling technique used non probability sampling method with purposive sampling technique. Methods of data analysis using validity test, reliability test, normality test, heteroscedasticity test, multicollinearity test, multiple linear regression analysis, hierarchical regression analysis, uji t and coefficient of determination adjusted R square. The number of respondents was 159 with the criteria of respondents from this study being consumers who had purchased Lemonilo instant noodle products at least once and were at least 17 years old.

Keywords: Green Marketing Mix, Green Product, Green Price, Green Place, Green Promotion, Purchase Decision, Purchase Intention

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERSEMBAHAN.....	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Batasan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian	8
E. Manfaat Penelitian	9
BAB II LANDASAN TEORI DAN PERUMUSAN HIPOTESIS.....	10
A. Landasan Teori	10
1. Green Marketing Mix	10
2. Keputusan pembelian (<i>purchase decision</i>)	12
3. Niat beli (<i>purchase intention</i>)	13
B. Penelitian Terdahulu	14
C. Perumusan Hipotesis	15
BAB III METODE PENELITIAN.....	24
A. Definisi Konsep	24

B. Definisi Operasional	25
C. Jenis Penelitian	28
D. Jenis dan Sumber Data	28
E. Populasi dan Sampel	28
F. Metode pengumpulan data	29
G. Metode Analisis Data	30
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	35
A. Gambaran Umum Penelitian	35
B. Data Penelitian	37
C. Uji Instrumen	41
.1.1 Uji validitas.....	41
.1.2 Uji Reliabilitas	44
D. Uji Asumsi Dasar	45
.1.3 Uji Normalitas.....	45
E. Uji Asumsi Klasik	46
.1.4 Uji Multikolinieritas	46
.1.5 Uji Heteroskedastisitas	47
F. Uji Hipotesis	48
1. Analisis Regresi Linier Berganda	48
2. Hierarchical Regression Analysis (HRA)	64
G. Pembahasan Hasil Penelitian	68
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	74
A. Kesimpulan	74
B. Saran	75
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN	80

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelian Terdahulu	14
Tabel 4. 1 Distribusi Kuesioner	37
Tabel 4. 2 Jenis Kelamin.....	38
Tabel 4. 3 Usia Responden.....	38
Tabel 4. 4 Pendidikan Terakhir	39
Tabel 4. 5 Pekerjaan Responden	39
Tabel 4. 6 Alamat Responden	40
Tabel 4. 7 Pembelian.....	40
Tabel 4. 8 Uji Validitas	41
Tabel 4. 9 Uji Reliabilitas	44
Tabel 4. 10 Uji Normalitas.....	45
Tabel 4. 11 Uji Multikolinieritas.....	46
Tabel 4. 12 Uji Heteroskedastisitas.....	47
Tabel 4. 13 Hasil Uji Regresi (X) terhadap (Y)	48
Tabel 4. 14 Hasil Uji Regresi (X1a) terhadap (Y)	49
Tabel 4. 15 Hasil Regresi (X1b) terhadap (Y)	50
Tabel 4. 16 Hasil Uji Regresi (X1c) terhadap (Y).	51
Tabel 4. 17 Hasil Regresi (X1d) terhadap (Y)	52
Tabel 4. 18 Hasil Uji Regresi (X) terhadap (Z)	53
Tabel 4. 19 Hasil Uji Regresi (X2a) terhadap (Z).....	54
Tabel 4. 20 Hasil Uji Regresi (X2b) terhadap (Z).	55
Tabel 4. 21 Hasil Uji Regresi (X2c) terhadap (Z).....	56
Tabel 4. 22 Hasil Uji Regresi (X2d) terhadap (Z).	57
Tabel 4. 23 Hasil Uji Regresi (Z) terhadap (Y)	58
Tabel 4. 24 Hasil Uji Regresi X+Z terhadap Y.....	59
Tabel 4. 25 Hasil Hierarchical Regression Analysis (HRA).....	64
Tabel 4. 26 Hasil Koefisien Deterinasi X-Y	66

Tabel 4. 27 Hasil Koefisien Deterinasi X+Z-Y	66
Tabel 4. 28 Tabel Uji F	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian 23