

PENGARUH *GREEN PRODUCT*, *GREEN ADVERTISING*, DAN *GREEN TRUST* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE*
AVOSKIN

SKRIPSI

Diajukan sebagai pemenuhan persyaratan untuk memperoleh derajat Sarjana
Program Studi Manajemen



Disusun Oleh:

Maria Oky Perwita Sari

NIM 112001531

SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA YOGYAKARTA

2024

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH *GREEN PRODUCT*, *GREEN ADVERTISING*, DAN *GREEN TRUST* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE*
AVOSKIN**

Diajukan oleh

Maria Oky Perwita Sari

No. Mhs. 112001531

Yogyakarta, 25 April 2024

Telah disetujui oleh

Dosen Pembimbing



Nur Rokhman, S.E., M.Si

LEMBAR PENGESAHAN

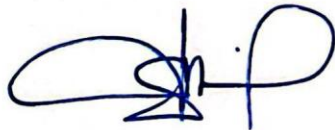
**PENGARUH GREEN PRODUCT, GREEN ADVERTISING, DAN GREEN
TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE
AVOSKIN DI YOGYAKARTA**

Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan di Dewan Penguji Program Studi
Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta tanggal:

17 Mei 2024

yang terdiri atas:

Ketua



Dr. Suparmono, M.Si

Anggota



Nur Rokhman, S.E., M.Si

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh *Green Product*, *Green Advertising*, dan *Green Trust* terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare Avoskin*” dan diajukan untuk diuji pada (tanggal) adalah murni hasil karya saya.

Dengan ini saya nyatakan denggan sungguh–sungguh bahwa dalam skripsi saya tidak terdapat keseluruhan maupun sebagian tulisan milik orang lain yang saya ambil dengan menyalin atau meniru dalam bentuk pendapat maupun pemikiran dari penulis lain yang kemudian saya akui sebagai tulisan saya sendiri atau mengambil tulisan milik orang lain tanpa memberikan pengakuan kepada penulis asli.

Apabila hal tersebut terbukti saya lakukan baik secara sengaja maupun tidak sengaja, dengan ini saya nyatakan bahwa skripsi yang saya ajukan merupakan hasil penulisan saya. Apabila terbukti saya melakukan penyalinan atau peniruan tulisan orang lain di kemudian hari, maka gelar sarjana serta ijazah yang telah diberikan oleh Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta batal saya terima.

Yogyakarta, 17 Mei 2024

Yang memberi pernyataan



Mania Oky Perwita Sari

Saksi 1, sebagai pembimbing dan merangkap sebagai anggota penguji

Nur Rokhman, S.E., M.Si

Saksi 2, sebagai ketua dosen penguji skripsi

Dr. Suparmono, M.Si

MOTTO

“Janganlah takut, karena Aku menyertaimu; jangan cemas; karena Aku adalah Tuhanmu: Aku akan menguatkanmu; Aku akan menolongmu; ya, Aku akan menopangmu dengan tangan kanan kebenaran-Ku”

Yesaya 41:10

“Lakukan segala sesuatu yang ada di hadapanmu dengan penuh ketekunan dan kesungguhan, maka hasil yang baik akan menantimu. *Do the best, let God do the rest.*”

Maria Oky Perwita Sari

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat, kelimpahan, serta karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi sebagai persyaratan kelulusan. Skripsi yang berjudul “Pengaruh *Green Product*, *Green Advertising*, dan *Green Trust* terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare Avoskin*” diajukan sebagai persyaratan untuk memperoleh derajat Sarjana Program Studi Manajemen.

Tema yang dipilih dalam skripsi ini didasarkan kepada ketertarikan penulis terhadap tren produk perawatan kulit atau *skincare* namun tetap mengedepankan konsep yang ramah lingkungan.

Skripsi yang dapat diselesaikan ini tentunya tidak terlepas dari dukungan banyak pihak, oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua saya serta bude yang selalu memberikan dukungan serta doanya kepada saya sehingga penelitian ini dapat terselesaikan
2. Bapak Dr. Suparmono, M.Si, selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Yayasan Keluarga Pahlawan Negara Yogyakarta
3. Bapak Nur Rokhman, S.E, M.Si., sebagai dosen pembimbing yang selalu bersedia meluangkan waktu untuk membimbing, memberikan saran, dan mengarahkan peneliti dalam penulisan penelitian.
4. Bapak dan Ibu Dosen STIM YKPN Yogyakarta yang selama ini telah membagikan ilmunya selama peneliti berkuliah.

5. Layinatul Masruroh dan Tesa Aprilia yang selalu memberikan dorongan serta motivasi untuk saya agar selalu semangat dan berbagi ilmu dalam melakukan penelitian .
6. Ardhi Hadiyan yang selalu memberikan semangat dan dukungan selama melaksanakan penelitian
7. Teman–teman STIM YKPN Angkatan 2020 yang telah berjuang bersama-sama dalam menempuh ilmu selama berkuliah.
8. Konsumen Avoskin yang telah bersedia untuk menjadi responden penelitian.

Tentunya dalam penulisan laporan ini banyak kekurangan di dalamnya, sehingga penulis membutuhkan kritik serta saran yang membangun dari para pembaca agar dalam penulisan kedepannya menjadi lebih baik. dengan disusunnya skripsi ini, diharapkan akan memberikan manfaat bagi para pembaca terutama sebagai referensi dan dapat digunakan sebagai ide untuk menambah wawasan terkait bidang pemasaran.

Yogyakarta, 13 Mei 2024



Maria Oky Perwita Sari

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis adanya pengaruh *green product*, *green advertising*, serta *green trust* terhadap keputusan pembelian produk *skincare* Avoskin. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan kuesioner. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Penelitian ini melibatkan 194 responden dengan usia 18-40 tahun. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *green product*, *green advertising*, dan *green trust* memiliki pengaruh positif secara parsial terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : *green product*, *green advertising*, *green trust*, keputusan pembelian

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of green products, green advertising, and green trust on the purchase decision of Avoskin skincare products. This study used quantitative methods. Data collection techniques in this study were carried out using questionnaires. The sampling technique used in this study uses a non-probability sampling method with purposive sampling techniques. The data analysis technique uses multiple linear regression analysis. This study involved 194 respondents aged 18-40 years. The results of this study show that green products, green advertising, and green trust have a partial positive influence on purchasing decisions.

Keywords: green product, green advertising, green trust, purchasing decision

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	iv
MOTTO.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Batasan Masalah.....	8
D. Tujuan Penelitian.....	8
E. Manfaat penelitian.....	9
BAB II LANDASAN TEORI DAN PERUMUSAN HIPOTESIS	10
A. Landasan Teori	10
B. Penelitian Terdahulu.....	14
C. Perumusan Hipotesis	16
D. Kerangka Penelitian	19
BAB III METODE PENELITIAN.....	20
A. Definisi konsep	20
B. Definisi operasional	21
C. Jenis penelitian	22
D. Jenis dan sumber data.....	23
E. Populasi dan sampel.....	23
F. Metode pengumpulan data	25
G. Metode analisis data	26
BAB IV GAMBARAN UMUM DAN ANALISIS DATA	32
A. Profil Perusahaan	32
B. Karakteristik Responden	34

C. Analisis Data	37
D. Pembahasan.....	50
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	54
A. Kesimpulan	54
B. Saran.....	55
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN.....	60
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	60
Lampiran 2. Lampiran Karakteristik Responden	72
Lampiran 3. Hasil Rekapitulasi Data Responden.....	82
Lampiran 4. Uji Validitas	108
Lampiran 5. Uji Reliabilitas	116
Lampiran 6. Uji Normalitas.....	117
Lampiran 7. Uji Multikolinearitas	117
Lampiran 8. Uji Heteroskedastisitas	118
Lampiran 9. Uji F	119
Lampiran 10. Uji Regresi Linier Berganda	120
Lampiran 11. Uji T	120
Lampiran 12. Koefisien Determinasi	120

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3. 1 Skala Likert	26
Tabel 4. 1 Usia Responden.....	34
Tabel 4. 2 Pekerjaan Responden	35
Tabel 4. 3 Penghasilan Responden.....	36
Tabel 4. 4 Jumlah Pembelian Responden.....	37
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas	38
Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliablilitas	39
Tabel 4. 7 Hasil Uji Normalitas.....	40
Tabel 4. 8 Hasil Uji Multikolinaritas.....	41
Tabel 4. 9 Hasil Uji Heterokedastisitas	43
Tabel 4. 10 Hasil Uji F	44
Tabel 4. 11 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	45
Tabel 4. 12 Hasil Uji T	48
Tabel 4. 13 Koefisien Determinasi (Adjusted R ²).....	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Logo Avoskin	32
Gambar 4. 3 Unggahan Program Pengembalian Botol Bekas	33