



**PENGARUH PEMASARAN HIJAU, KESADARAN MEREK,
HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KEMASAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK TEH BOTOL SOSRO**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen**

Oleh:

MALIHATUN NISA

41220063

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
UNIVERSITAS PERADABAN
BUMIAYU
2024**



**PENGARUH PEMASARAN HIJAU, KESADARAN MEREK,
HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KEMASAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK TEH BOTOL SOSRO**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen**

Oleh:

MALIHATUN NISA

41220063

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
UNIVERSITAS PERADABAN
BUMIAYU**

2024

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul "**PENGARUH LINGKUNGAN HIJAU, KESADARAN MEREK, HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KEMASAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK TEH BOTOL SOSRO**".

Oleh:

Nama : **MALIHATUN NISA**
NIM : **41220063**
Program Studi : **S1 Manajemen**
Fakultas : **Ekonomika dan Bisnis**

Telah dipertahankan di depan dewan penguji skripsi pada tanggal 12 Bulan September tahun 2024.

DEWAN PENGUJI

Nama Penguji
Ketua Tim Penguji/Pembimbing

Siti Badiatul Umroh, S.M., M.M

NIDN. 0629039601

Penguji I

Dr. Sutarmin, S.Si., M.M.

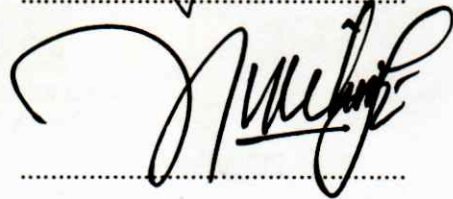
NIDN. 0621097401

Penguji II

Mukhroji, S.E., M.M

NIDN. 0621058902

Tanda Tangan



Diterima dan Disahkan

Pada tanggal 14 Oktober 2024

Dekan

Fakultas Ekonomika dan Bisnis



Mukhroji, S.E., M.M
NIPY 16.02.120

Ketua

Program Studi SI Manajemen



Sarah Dien Hawa, S.E., M.Si
NIPY 16.01.101

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Malihatun Nisa

NIM : 41220063

Jurusan : S1 Manajemen

Memaparkan dengan jujur, bahwa skripsi ini merupakan karya orisinal saya sepenuhnya, dan tidak ada bagian dari tulisan atau pemikiran orang lain yang saya akui sebagai milik saya, kecuali disebutkan secara tertulis dalam naskah ini dan tercantum dalam daftar Pustaka.

Jika kemudian hari terungkap atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini merupakan hasil plagiat, saya siap menerima konsekuensi berupa pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh berdasarkan skripsi ini.

Paguyangan, 12 September 2024

Yang membuat pernyataan



Malihatun Nisa

NIM. 41220063

KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya panjatkan kepada Allah SWT berkat, Rahmat, Hidayah dan karunia-nya sehingga saya berhasil menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini adalah langkah yang harus saya tempuh agar dapat memperoleh gelar sarjana Manajemen pada program studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban. Saya menyadari sepenuhnya bahwa pengerjaan ini tidak akan berhasil tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak dari awal perkuliahan hingga penyusunan skripsi. Oleh karena itu pada kesempatan ini, saya ingin mengucapkan terima kasih yang sangat tulus kepada :

1. Bapak Dr. Moh. Kadarisman, S.H. M.Si., Selaku Rektor Universitas Peradaban.
2. Bapak Mukhroji. S.E. M.M. yang merupakan Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Peradaban.
3. Ibu Sarah Dien Hawa. S.E., M.Si sebagai ketua jurusan Menejemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Peradaban.
4. Ibu Siti Badiatul Umroh. S.E. M.M selaku dosen pembimbing skripsi saya yang telah penuh dedikasi menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing serta memberi arahan yang sangat berharga dalam proses penulisan dan pengerjaan skripsi ini.
5. Bapak Dr. Sutarmin. S.Si., M.M, selaku dosen penguji 1 yang telah memberikan arahan dan masukan dalam perbaikan penyusunan skripsi ini.
6. Bapak/ibu Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Terima kasih atas ilmu, didikan, pengetahuan dan pengalaman yang sangat berharga selama waktu kuliah di Universitas Peradaban.
7. Karyawan dan Staff Universitas Peradaban yang sangat ramah memberikan pelayanan kepada semua Mahasiswa.
8. Kepada orang tua penulis yang selalu memanjatkan doanya di setiap akhir sholat, dukungan secara lahir, batin, dan material kepada penulis. terima kasih kepada kedua orang tua saya yang selalu mendukung dan memberikan kasih sayang, cinta yang tiada hentinya.
9. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Aldi Mulyadi selaku suami penulis. Terimakasih telah menjadi suami yang baik,

bertanggung jawab, yang selalu mendukung dalam berbagai hal dan kasih sayang, cinta yang begitu besar kepada penulis. Berkontribusi penuh dalam berbagai hal baik tenaga, maupun waktu. Selalu menghibur, mendengarkan keluh kesah, dan memberikan semangat untuk terselesainya skripsi ini.

10. Seluruh keluarga peneliti yang selalu memberikan doa, dukungan dan semangat kepada peneliti sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini.
11. Sahabat-sahabatku teman seperjuangan Dewi, Alvi, Isna, Amar yang selalu memberikan dukungan, semangat dan selalu mensupport satu sama lain.
12. Teman-teman program studi S1 manajemen angkatan 2020 yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terimakasih atas kebersamaan, keceriaan dan keseruan yang telah kita bagikan selama perjalanan menuntut ilmu di universitas peradaban. Tetaplah semangat untuk mencapai cita-cita dan sukses buat kita semua.
13. Responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner sebagai bahan dalam penelitian ini.
14. Berbagai pihak yang telah memberikan bantuan, dan dorongan dalam menyelesaikan skripsi ini, namun tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Akhir kata, saya berharap Allah berkenan membalas dalam segala kebaikan pada semua pihak yang sudah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Paguyangan,2024
Penulis

Malihatun Nisa
NIM. 41220063

ABSTRAK

Peluang bagi industri minuman dan makanan instan di Indonesia sangat tinggi karena tingkat konsumsi dari masyarakatnya. Teh Botol Sosro merupakan teh kemasan yang populer di Indonesia. Tujuan penelitian untuk menguji pengaruh pemasaran hijau, kesadaran merek, harga, kualitas produk dan kemasan terhadap keputusan pembelian Teh Botol Sosro. Seiring berkembangnya zaman, persaingan di Indonesia yaitu di bidang pemasaran khusus minuman semakin ketat salah satunya adalah produk teh botol sosro. Populasi dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 97 pelanggan yang mengonsumsi teh botol sosro di seluruh wilayah Indonesia. Kuesioner penelitian ini disebarluaskan secara *online* melalui *google form*. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan melihat karakteristik responden dan data diolah dengan bantuan *software SPSS*. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa: Pemasaran hijau, harga, kualitas produk menyatakan berpengaruh terhadap Keputusan pembelian produk teh botol sosro, sedangkan kesadaran merek dan kemasan menyatakan tidak berpengaruh terhadap Keputusan pembelian produk teh botol sosro.

Kata Kunci: Keputusan pembelian, pemasaran hijau, kesadaran merek, harga, kualitas produk dan kemasan

ABSTRACT

The opportunity for the instant beverage and food industry in Indonesia is very high because of the level of consumption of its people. Teh Botol Sosro is a popular packaged tea in Indonesia. The purpose of the study was to examine the influence of green marketing, brand awareness, price, product quality and packaging on purchasing decisions for bottled tea product. Along with the times, competition in Indonesia, namely in the field of beverage special marketing, is getting tighter, one of which is sosro bottled tea products. The population and sample used in this study were 97 customers who consumed sosro bottled tea throughout Indonesia. This research questionnaire was distributed online via google form. This study uses purposive sampling technique by looking at the characteristics of respondents and the data is processed with the help of SPSS software. The results of this study prove that: Green marketing, Price, Product quality affects purchasing decisions for sosro bottled tea products, Brand awareness, Packaging has no effect on purchasing decisions for sosro bottled tea products.

Keyword : *Purchase decision, green marketing, brand awareness, price, product quality and packaging*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Manfaat Penelitian	11
1. Manfaat teoritis.....	11
2. Manfaat Praktis.....	11
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PERUMUSAN MODEL PENELITIAN ...	13
A. Telaah Pustaka.....	13
1. Keputusan Pembelian	13
2. Pemasaran Hijau	16
3. Kesadaran Merek.....	18
4. Harga.....	19
5. Kualitas Produk	21

6. Kemasan	23
B. Perumusan Model Penelitian.....	25
1. Penelitian Terdahulu	25
2. Perumusan Hipotesis	29
C. Kerangka Berpikir dan Model Empiris	33
BAB III METODE PENELITIAN DAN TEKNIK ANALISIS DATA.....	36
A. Metode penelitian.....	36
1. Jenis penelitian	36
2. Lokasi penelitian.....	36
3. Waktu penelitian	36
4. Populasi dan sampel	37
5. Sumber data	39
6. Teknik Pengumpulan Data.....	40
7. Definisi konsep dan operasional variabel.....	41
B. Teknis Analisis Data	43
1. Uji Instrumen.....	44
2. Analisis deskriptif.....	46
3. Uji Asumsi Klasik.....	48
4. Analisis Regresi Berganda.....	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	53
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	53
1. Sejarah Singkat Perusahaan.....	53
2. Gambaran Umum Responden.....	56
B. Analisis Data dan Pembahasan	59
1. Uji Instrumen.....	59
2. Analisis Deskriptif.....	61

3. Uji Asumsi klasik.....	71
4. Analisis Regresi Linier Berganda.....	74
5. Pembahasan	78
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	85
A. Kesimpulan	85
B. Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN.....	95

DAFTAR TABEL

Tabel 1. <i>Top brand index</i> Tahun 2020-2024.....	4
Tabel 2. Definisi Operasional Variabel	41
Tabel 3. Definisi Operasional Variabel (Lanjutan).....	42
Tabel 4. Definisi Operasional Variabel (Lanjutan).....	43
Tabel 5. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel 6. Responden Berdasarkan Usia.....	57
Tabel 7. Responden Berdasarkan Pendidikan	58
Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas	61
Tabel 9. Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	62
Tabel 10. Jawaban Responden Variabel Pemasaran Hijau (X1)	63
Tabel 11. Jawaban Responden Variabel Kesadaran Merek (X2)	64
Tabel 13. Jawaban Responden Variabel Harga (X3).....	66
Tabel 14. Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk (X4).....	67
Tabel 15. Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk (Lanjutan)	68
Tabel 16. Jawaban Responden Untuk Variabel Kemasan (X5).....	69
Tabel 17. Jawaban Responden Untuk Variabel Kemasan (Lanjutan)	70
Tabel 18. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	71
Tabel 19. Hasil Uji Heteroskedastisitas	72
Tabel 20. Hasil Uji Multikolinearitas	73
Tabel 21. Hasil Regresi Linier Berganda	74
Tabel 22. Hasil Uji F	77
Tabel 23. Hasil Uji Koefisien Determinasi	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Berpikir	34
Gambar 2. Model Empiris.....	35

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	95
Lampiran 2. Tabulasi Data Variabel Keputusan Pembelian (Y)	99
Lampiran 3. Tabulasi Data Variabel Pemasaran Hijau (X1)	102
Lampiran 4. Tabulasi Variabel Kesadaran Merek (X2).....	105
Lampiran 5. Tabulasi variabel harga (X3)	108
Lampiran 6. Variabel Kualitas Produk (X4)	111
Lampiran 7. Tabulasi Variabel Kemasan (X5).....	114
Lampiran 8. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	117
Lampiran 9. Hasil Uji Validitas Variabel Pemasaran Hijau (X1).....	118
Lampiran 10. Hasil Uji Validitas Variabel Kesadaran Merek (X2).....	119
Lampiran 11. Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X3)	120
Lampiran 12. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X4).....	121
Lampiran 13. Hasil Uji Validitas Variabel Kemasan (X5).....	122
Lampiran 14. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	123
Lampiran 15. Hasil Uji Reliabel Variabel Pemasaran Hijau (X1)	124
Lampiran 16. Hasil Uji Reliabel Variabel Kesadaran Merek (X2)	125
Lampiran 17. Hasil Uji Reliabel Variabel Harga (X3).....	126
Lampiran 18. Hasil Uji Reliabel Variabel Kualitas Produk (X4).....	127
Lampiran 19. Hasil Uji Reliabel Variabel Kemasan (X5).....	128
Lampiran 20. Hasil Uji Normalitas	129
Lampiran 21. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	130
Lampiran 22. Hasil Uji Multikolinieritas.....	131
Lampiran 23. Riwayat Hidup Penulis	132