



**PENGARUH *GREEN MARKETING*, KUALITAS PRODUK  
DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
TUPPERWARE DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI  
VARIABEL MEDIASI**

**SKRIPSI**

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

**Oleh:**

**ROLISNAWATI**

**41220017**

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



**PENGARUH *GREEN MARKETING*, KUALITAS PRODUK  
DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
TUPPERWARE DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI  
VARIABEL MEDIASI**

**SKRIPSI**

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

**Oleh:**

**ROLISNAWATI**

**41220017**

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

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **PENGARUH *GREEN MARKETING*, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TUPPERWARE DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

Oleh

Nama : ROLISNAWATI  
NIM : 41220017  
Program Studi : SI Manajemen  
Fakultas : Ekonomika dan Bisnis

Telah dipertahankan di depan dewan penguji skripsi pada 6 Juni 2024.

### DEWAN PENGUJI

**Nama Penguji**

**Ketua Tim**

**Penguji/Pembimbing**

Sarah Dien Hawa, S.E., M.Si  
NIDN. 0622059001

**Dosen Penguji I**

Dr. Sutarmin, S.Si., M.M  
NIDN. 0621097401

**Dosen Penguji II**

Dr. Qori Al Banin, S.E., M.Si  
NIDN. 0607098601

**Tanda Tangan**



Diterima dan disahkan

Pada tanggal .....



## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rolisnawati

NIM : 41220017

Jurusan : S1 Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa skripsi ini merupakan hasil karya 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 dikemudian hari nanti terungkap atau terbukti bahwa skripsi ini merupakan hasil plagiat, saya siap menerima konsekuensi berupa pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh berdasarkan skripsi ini.

Paguyangan, Juli 2024

Yang membuat pernyataan



Rolisnawati

NIM. 41220017

## **MOTTO PERSEMBAHAN**

“Skripsi yang baik adalah skripsi yang dikerjakan dengan selesai.”

“Tidak ada ujian yang tidak bisa diselesaikan. Tidak ada kesulitan yang melebihi batas kesanggupan. Karena Allah SWT tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kadar kesanggupannya.”

**(Q.S Al-Baqarah : 286)**

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), Kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain, dan hanya kepada Allah lah kamu berharap.”

**(Q.S Al-Insyirah : 6-8)**

## **PERSEMBAHAN**

- ❖ Skripsi ini penulis persembahkan kepada orangtua tercinta, Ibu Sumirah dan (Alm) Bapak Tarno atas ketulusannya dari hati mengasuh, mendidik, membesarkan serta memanjatkan doa yang tak pernah putus dan semangat yang tak ternilai.
- ❖ Saudara kandungku tersayang, Julikha dan Sistanto yang tiada henti dan tidak bosan memberikan dukungan, membimbing dan selalu support dalam hal materi hingga penulis bisa menyelesaikan perkuliahan sampai akhir.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas izin dan rahmat-Nya saya berhasil menyelesaikan skripsi yang berjudul **Pengaruh *Green Marketing*, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tupperware dengan Citra Merek sebagai Variabel Mediasi**. Penulisan skripsi ini merupakan langkah yang harus penulis tempuh untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada program studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban.

Segala usaha dan upaya telah penulis lakukan untuk menyelesaikan skripsi ini sebaik mungkin, namun penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini tidak akan berhasil tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tulus kepada :

1. Bapak Dr. Kadarisman, S.H M.Si, selaku Rektor Universitas Peradaban.
2. Bapak Mukhroji, S.E., M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Peradaban.
3. Ibu Sarah Dien Hawa, S.E., M.Si, selaku Ketua Jurusan Program Studi Manajemen sekaligus Dosen Pembimbing Skripsi, telah dengan penuh dedikasi menyediakan waktu, tenaga, pikiran untuk membimbing serta memberikan masukan yang sangat berharga kepada penulis dalam proses penulisan skripsi ini.
4. Bapak Sutarmin S.Si., M.M, sebagai penguji I yang dengan ketulusan hati memberikan arahan dan berkontribusi dalam penyusunan skripsi ini.

5. Ibu Qori Al Banin S.E., M.Si, sebagai penguji II yang dengan ketulusan hati memberikan arahan dan berkontribusi dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak/Ibu dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Terima kasih, atas pengetahuan dan pengalaman berharga yang telah penulis peroleh selama menyelesaikan studi ini.
7. Karyawan dan staf universitas peradaban yang dengan ramah memberikan pelayanan kepada mahasiswa.
8. Ibu Sumirah dan (Alm) Bapak Tarno, selaku orang tua penulis yang sudah mengasuh, mendidik, membesarkan serta selalu memanjatkan doa, dukungan secara lahir batin dan juga materi kepada penulis. Semoga Allah SWT membalas semuanya dengan menempatkan keduanya pada jannah-Mu bersama orang-orang beriman. Aaamiin, Ya Rabaal ‘Alamiin.
9. Julikha dan Sisanto, selaku saudara kandung penulis yang telah support dan membantu dalam hal materi sehingga penulis dapat menempuh pendidikan hingga memperoleh gelar sarjana ini.
10. Teman-teman angkatan 2020 Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Peradaban terima kasih atas keakraban, diskusi, saran dan semangat yang diberikan.
11. Responden yang bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian saya.
12. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Akhir kata, semoga Allah SWT membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak yang sifatnya membangun. Semoga skripsi yang disusun bermanfaat bagi penyusun sendiri dan semua pihak yang membutuhkan untuk pengembangan ilmu di masa yang akan datang.

Paguyangan, Juli 2024

Penulis

Rolisnawati

NIM. 41220017



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *green marketing*, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian dengan citra merek sebagai variabel mediasi pada produk Tupperware. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Teknik pengumpulan sampel yang digunakan yaitu teknik *non probability sampling* dengan metode *accidental sampling*. Sampel yang digunakan sebanyak 97 responden. Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi berganda dengan program SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *green marketing*, kualitas produk dan harga berpengaruh positif terhadap citra merek. Selain itu, *green marketing* dan kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Harga tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Citra merek mampu memediasi *green marketing* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian, dan citra merek tidak memediasi harga terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci :** *Green Marketing*, Kualitas Produk, Harga, Citra Merek dan Keputusan pembelian.

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of green marketing, product quality and price on purchasing decisions mediated by brand image on the Tupperware brand. The research method used in this research is quantitative method. The sample collection technique uses non-probability sampling technique using accidental sampling method. The sample used was 97 respondents. The data analysis technique in this research was carried out using descriptive analysis and multiple regression analysis with the help of SPSS. The results of this research indicate that green marketing, product quality and price have a positive effect on brand image. Green marketing and product quality have an effect on purchasing decisions. Price has no effect on purchasing decisions. Brand image has a positive effect on purchasing decisions. Brand image is able to mediate the influence of green marketing and product quality on purchasing decisions, and brand image is unable to mediate the influence of price on purchasing decisions.*

**Keywords:** *Green marketing, product quality, price, purchasing decisions and brand image.*

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL .....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRAK.....	ix
<i>ABSTRACT</i> .....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PERUMUSAN MODEL PENELITIAN..	12
A. Telaah Pustaka .....	12
1. Keputusan Pembelian .....	12
2. Citra Merek.....	15
3. <i>Green Marketing</i> .....	17
4. Kualitas Produk .....	19

5. Harga .....	22
B. Perumusan Model Penelitian .....	25
1. Penelitian Terdahulu.....	25
2. Perumusan Hipotesis .....	30
3. Kerangka Pemikiran .....	40
<b>BAB III METODE PENELITIAN DAN TEKNIK ANALISIS DATA.....</b>	<b>41</b>
A. Metode Penelitian .....	41
1. Jenis Penelitian .....	41
2. Lokasi Penelitian .....	41
3. Waktu Penelitian .....	41
4. Populasi dan Sampel.....	41
5. Sumber Data .....	43
6. Teknik Pengumpulan Data .....	44
7. Definisi Konsep dan Operasional Variabel .....	45
B. Teknik Analisis Data .....	48
1. Uji Instrumen.....	49
2. Analisis Deskriptif.....	50
3. Uji Asumsi Klasik.....	52
4. Analisis Regresi Berganda.....	55
5. Uji Hipotesis .....	56
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>59</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	59
1. Sejarah Singkat Perusahaan.....	59
2. Gambaran Umum Responden .....	60
B. Analisis Data dan Pembahasan.....	62

1. Uji Instrumen.....	62
2. Analisis Deskriptif.....	65
3. Uji Asumsi Klasik .....	73
4. Analisis Regresi Berganda .....	78
5. Uji Hipotesis.....	81
6. Pembahasan .....	87
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	98
A. Kesimpulan.....	98
B. Saran .....	100
DAFTAR PUSTAKA .....	103
LAMPIRAN.....	111

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. <i>Top Brand Index</i> Tupperware 2020 - 2023.....	2
Tabel 2. Kesenjangan Hasil Penelitian <i>Green Marketing</i> .....	6
Tabel 3. Kesenjangan Hasil Penelitian Kualitas Produk.....	7
Tabel 4. Kesenjangan Hasil Penelitian Harga.....	7
Tabel 5. Definisi Operasional Variabel.....	46
Tabel 6. Keterangan Skor Jawaban Skala Likert .....	51
Tabel 7. Kriteria Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	60
Tabel 8. Kriteria Responden Berdasarkan Usia .....	61
Tabel 9. Kriteria Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan .....	62
Tabel 10. Hasil Uji Validitas.....	63
Tabel 11. Hasil Uji Reliabilitas .....	64
Tabel 12. Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	65
Tabel 13. Jawaban Responden Variabel Citra Merek (M).....	67
Tabel 14. Jawaban Responden Variabel <i>Green Marketing</i> (X1) .....	68
Tabel 15. Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk (X2).....	70
Tabel 16. Jawaban Responden Variabel Harga (X3) .....	72
Tabel 17. Hasil Uji Normalitas <i>Kolmogorov-Smirnov</i> Persamaan 1 .....	74
Tabel 18. Hasil Uji Normalitas <i>Kolmogorov-Smirnov</i> Persamaan 2 .....	75
Tabel 19. Hasil Uji Heteroskedastisitas Persamaan 1 .....	76
Tabel 20. Hasil Uji Heteroskedastisitas Persamaan 2 .....	76
Tabel 21. Hasil Uji Multikolinearitas Persamaan 1 .....	77

Tabel 22. Hasil Uji Multikolinearitas Persamaan 2 .....	78
Tabel 23. Hasil Regresi Linear Berganda .....	79
Tabel 24. Hasil Regresi Linear Berganda .....	80
Tabel 25. Hasil Uji Sobel .....	84
Tabel 26. Hasil Uji F Persamaan 1 .....	85
Tabel 27. Hasil Uji F Persamaan 2 .....	86
Tabel 28. Hasil Koefisien Determinasi Persamaan 1 .....	86
Tabel 29. Hasil Koefisien Determinasi Persamaan 2 .....	87

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Kerangka Pemikiran.....	40
Gambar 2. Grafik Normal <i>P-Plot</i> Persamaan 1 .....	74
Gambar 3. Grafik Normal <i>P-Plot</i> Persamaan 2 .....	75



## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	111
Lampiran 2. Tabulasi Data Keputusan Pembelian (Y) .....	118
Lampiran 3. Tabulasi Data Citra Merek (M) .....	123
Lampiran 4. Tabulasi Data <i>Green Marketing</i> (X1).....	128
Lampiran 5. Tabulasi Data Kualitas Produk (X2) .....	133
Lampiran 6. Tabulasi Data Harga (X3).....	138
Lampiran 7. Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian (Y) .....	143
Lampiran 8. Analisis Deskriptif Citra Merek (M) .....	145
Lampiran 9. Analisis Deskriptif <i>Green Marketing</i> (X1).....	146
Lampiran 10. Analisis Deskriptif Kualitas Produk (X2) .....	148
Lampiran 11. Analisis Deskriptif Harga (X3).....	150
Lampiran 12. Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y) .....	151
Lampiran 13. Uji Validitas Citra Merek (M).....	152
Lampiran 14. Uji Validitas <i>Green Marketing</i> (X1) .....	153
Lampiran 15. Uji Validitas Kualitas Produk (X2) .....	154
Lampiran 16. Uji Validitas Harga (X3) .....	155
Lampiran 17. Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y) .....	156
Lampiran 18. Uji Reliabilitas Citra Merek (M) .....	157
Lampiran 19. Uji Reliabilitas <i>Green Marketing</i> (X1).....	158
Lampiran 20. Uji Reliabilitas Kualitas Produk (X2) .....	159
Lampiran 21. Uji Reliabilitas Harga (X3).....	160

Lampiran 22. Uji Normalitas <i>Kolmogorov-Smirnov</i> Persamaan 1 .....	161
Lampiran 23. Uji Normalitas Histogram dan Grafik <i>P-Plot</i> Persamaan 1 .....	162
Lampiran 24. Uji Normalitas <i>Kolmogorov-Smirnov</i> Persamaan 2 .....	163
Lampiran 25. Uji Normalitas Histogram dan Grafik <i>P-Plot</i> Persamaan 2 .....	164
Lampiran 26. Uji Heteroskedastisitas Persamaan 1 .....	165
Lampiran 27. Uji Heteroskedastisitas Persamaan 2 .....	166
Lampiran 28. Uji Multikolinearitas Persamaan 1 .....	167
Lampiran 29. Uji Multikolinearitas Persamaan 2 .....	168
Lampiran 30. Uji Regresi Linear Berganda Persamaan 1 .....	169
Lampiran 31. Uji Regresi Linear Berganda Persamaan 2 .....	170
Lampiran 32. Uji Hipotesis Persamaan 1 .....	171
Lampiran 33. Uji Hipotesis Persamaan 2 .....	172
Lampiran 34. Uji Sobel <i>Green Marketing</i> .....	173
Lampiran 35. Uji Sobel Kualitas Produk .....	174
Lampiran 36. Uji Sobel Harga .....	175
Lampiran 37. Riwayat Hidup Penulis .....	176