

**SKRIPSI**

**PENGARUH *GREEN PRODUCT INNOVATION*, *BRAND AWARENESS*  
DAN *PERCEIVED QUALITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PRODUK SUSU CAIR MILO KEMASAN KOTAK SIAP MINUM  
DI KOTA BANJARMASIN**



Diajukan Untuk Melengkapi Persyaratan Dalam Memperoleh  
Gelar Sarjana Manajemen

**Oleh :**

**ATIKA AYU NUR AINI  
NIM : 1910312220082  
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
BANJARMASIN  
2024**

**LEMBAR LEGALITAS**

**PENGARUH *GREEN PRODUCT INNOVATION*, *BRAND AWARENESS*  
DAN *PERCEIVED QUALITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PRODUK SUSU CAIR MILO KEMASAN KOTAK SIAP MINUM  
DI KOTA BANJARMASIN**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

**ATIKA AYU NUR AINI**

**1910312220082**

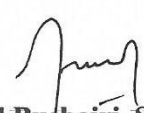
Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal 21 Desember 2023

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

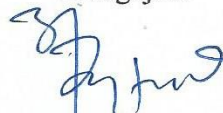
Pembimbing

  
**M. Yudy Bachman, SE., MM**  
**NIP. 19821023 200501 1 001**

Penguji I

  
**Siti Aliyati Al Bushairi, SE, MM**  
**NIP. 19720909 199903 2 001**

Penguji II

  
**Dr. Nuril Huda, SE, MM**  
**NIP. 19721021 199903 1 002**

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Manajemen



**Abdul Hadi, SE., M.Si**  
**NIP. 19700707 200501 1 001**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
BANJARMASIN**

Nama : Atika Ayu Nur Aini  
NIM : 1910312220082  
Jurusan/Program Studi : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh *Green Product Innovation*, *Brand Awareness* dan *Perceived Quality* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Susu Cair Milo Kemasan Kotak Siap Minum di Kota Banjarmasin  
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran  
Ujian Dilaksanakan : 21 Desember 2023

**Tim Penguji**

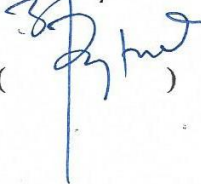
Pembimbing : M. Yudy Rachman, SE., MM

(  )

Penguji I : Siti Aliyati Al Bushairi, SE, MM

(  )

Penguji II : Dr. Nuril Huda, SE, MM

(  )

## BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI

Berdasarkan hasil ujian yang telah dilakukan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat :

Nama : Atika Ayu Nur Aini  
NIM : 1910312220082  
Program Studi : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh *Green Product Innovation*, *Brand Awareness* dan *Perceived Quality* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Susu Cair Milo Kemasan Kotak Siap Minum di Kota Banjarmasin  
Mata Kuliah Pokok : Pemasaran  
Ujian Dilaksanakan : Kamis, 21 Desember 2023  
Waktu Ujian : 11.00 s/d 13.00 WITA


Disetujui oleh Dosen Pembimbing.

Demikian berita acara perbaikan skripsi yang telah mendapatkan persetujuan.

Banjarmasin, 15 Januari 2024

Mahasiswa,

Dosen Pembimbing,

  
Atika Ayu Nur Aini  
NIM. 1910312220082

  
M. Yudy Rachman, SE., MM  
NIP. 19821023 200501 1 001

Mengetahui

Koordinator Program Studi Manajemen



Abdul Hadi, SE., M.Si  
NIP. 19700707 200501 1 001

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi ini merupakan hasil penelitian yang telah saya lakukan. Segala kutipan dan bantuan dari berbagai sumber telah diungkapkan sebagaimana mestinya. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan untuk keperluan lain oleh siapapun juga. Apabila di kemudian hari ternyata pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima akibat hukum dari ketidakbenaran pernyataan tersebut.

Banjarmasin, Desember 2023

Yang membuat pernyataan,



**Atika Ayu Nur Aini**

**NIM.1910312220082**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena kasih dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh *Green Product Innovation*, *Brand Awareness* dan *Perceived Quality* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Susu Cair Milo Kemasan Kotak Siap Minum di Kota Banjarmasin”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan S1 Manajemen Universitas Lambung Mangkurat.

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan bantuan baik berupa dukungan, bimbingan, arahan, serta motivasi. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad Alim Bachri, S.E., M.Si selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Prof. Dr. Ahmad Yunani, SE, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
3. Bapak Abdul Hadi, SE, M.Si, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
4. Bapak M. Yudy Rachman, SE, MM selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing, mengarahkan, memberikan saran dan kritik yang sangat berharga selama penulis menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Siti Aliyati Al Bushairi, SE, MM selaku Dosen Penguji I dan Bapak Dr. Nuril Huda, SE, MM selaku Dosen Penguji II yang bersedia meluangkan

waktu, membimbing, mengoreksi dan memberikan masukan yang lebih baik untuk penulis.

6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat bagi penulis.
7. Keluarga tercinta terutama kedua orang tua penulis, Ibu Sugiarti dan Bapak Hadi Riwayanto yang selalu memberikan semangat, kesabaran, motivasi, dukungan baik spiritual, moril, materil, serta kasih sayang yang luar biasa selama penulis menyelesaikan skripsi ini. Semoga penulis bisa menjadi anak yang membanggakan kedua orang tua.
8. Adik tersayang, Farel Ananda Saputra yang selalu memberikan dukungan, doa, semangat serta menghibur penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Keluarga di Wonosobo, terutama Mbah Huti dan Bude yang selalu menyayangi dan mendoakan keberhasilan penulis dalam mengikuti perkuliahan sampai menyelesaikan skripsi ini.
10. *Partner* penulis, Syafrizal Ahlar, yang selalu membersamai penulis, menjadi pendengar yang baik serta menemani penulis dari awal hingga menyelesaikan skripsi ini, terima kasih untuk segala hal baik yang telah diberikan dan selalu mendukung semua yang penulis lakukan.
11. Teman dekat penulis terutama Irmayanti Wuryaningsih, Annisa Noorlyadi, dan Nur Zata Yusrina yang telah membantu, memberikan semangat, motivasi dan menghibur penulis baik dalam proses menyelesaikan skripsi maupun dalam masa perkuliahan, serta kepada Fauziah, selaku teman satu

pembimbing yang membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

12. Rekan-rekan seperjuangan lain selama berproses di bangku perkuliahan di Universitas Lambung Mangkurat yang telah memberikan banyak kenangan serta bersama-sama berjuang untuk masa depan.
13. Seluruh responden dan pihak-pihak terkait yang tidak bisa disebutkan satu per satu.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mengalami kesulitan dan penulis menyadari penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan penelitian ini. Penulis sangat berharap semoga penelitian ini bermanfaat bagi kita semua. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih.

Banjarmasin, Desember 2023

Penulis



Atika Ayu Nur Aini

NIM. 1910312220082



## **ABSTRACT**

Atika Ayu Nur Aini (2023). *The Influence of Green Product Innovation, Brand Awareness and Perceived Quality on Purchase Decisions for Ready-to-Drink Milo Liquid Milk Product in Banjarmasin City.*

Advisor: M. Yudy Rachman.

*This research aims (1) to analyze the influence of green product innovation on purchase decisions for Boxed Milo Milk product (2) to analyze the influence of brand awareness on purchase decisions for Boxed Milo Milk products (3) to analyze the influence of perceived quality on purchase decisions on Boxed Milo Milk products.*

*This research uses quantitative methods with explanatory research, with variables consisting of Green Product Innovation, Brand Awareness, Perceived Quality and Purchase Decisions. The sample taken in this research was 120 respondents with the sampling method used was non-probability sampling with a purposive sampling technique. Data were analyzed using Structural Equation Modeling (SEM) based on Partial Least Square (PLS).*

*The results of this research show that Green Product Innovation has no influence on purchase decisions, Brand Awareness has a positive influence on purchase decisions and Perceived Quality has a positive influence on purchase decisions for ready-to-drink Milo liquid milk products in Banjarmasin City.*

**Keywords: Green Product Innovation, Brand Awareness, Perceived Quality, Purchase Decisions.**

## ABSTRAKSI

Atika Ayu Nur Aini (2023). Pengaruh *Green Product Innovation*, *Brand Awareness* dan *Perceived Quality* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Susu Cair Milo Kemasan Kotak Siap Minum di Kota Banjarmasin.  
Pembimbing: M. Yudy Rachman.

Penelitian ini memiliki tujuan (1) untuk menganalisis pengaruh *green product innovation* terhadap keputusan pembelian pada produk Susu Milo Kemasan Kotak (2) untuk menganalisis pengaruh *brand awareness* terhadap keputusan pembelian pada produk Susu Milo Kemasan Kotak (3) untuk menganalisis pengaruh *perceived quality* terhadap keputusan pembelian pada produk Susu Milo Kemasan Kotak.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian *explanatory research*, dengan variabel yang terdiri dari *Green Product Innovation*, *Brand Awareness*, *Perceived Quality* dan Keputusan Pembelian. Pengambilan sampel dalam penelitian ini sebanyak 120 responden dengan metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Data dianalisis dengan *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis *Partial Least Square* (PLS).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Green Product Innovation* tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, *Brand Awareness* berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian dan *Perceived Quality* berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian Produk Susu Cair Milo Kemasan Kotak Siap Minum di Kota Banjarmasin.

**Kata Kunci :** *Green Product Innovation*, *Brand Awareness*, *Perceived Quality*, Keputusan Pembelian

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR LEGALITAS</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI</b> .....	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>viii</b>
<b>ABSTRAKSI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	14
1.3 Tujuan Penelitian .....	14
1.4 Manfaat Penelitian .....	15
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>16</b>
2.1 Landasan Teori / Kajian Teoritis .....	16
2.1.1 <i>Green Product Innovation</i> .....	16
2.1.2 <i>Brand Awareness</i> .....	20
2.1.3 <i>Perceived Quality</i> .....	22
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	25
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya .....	30
2.3 Keterkaitan Antar Variabel .....	34
2.3.1 Pengaruh <i>Green Product Innovation</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	34
2.3.2 Pengaruh <i>Brand Awareness</i> Terhadap Keputusan Pembelian...	35
2.3.3 Pengaruh <i>Perceived Quality</i> Terhadap Keputusan Pembelian..	36
<b>BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS</b> .....	<b>38</b>
3.1 Kerangka Konseptual (Model Penelitian).....	38
3.2 Pengembangan Hipotesis .....	39
3.2.1 Pengaruh <i>Green Product Innovation</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	39

3.2.2 Pengaruh <i>Brand Awareness</i> Terhadap Keputusan Pembelian...	39
3.2.3 Pengaruh <i>Perceived Quality</i> Terhadap Keputusan Pembelian..	40
<b>BAB IV METODE PENELITIAN .....</b>	<b>42</b>
4.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	42
4.2 Jenis Penelitian.....	42
4.3 Tempat/Lokasi Penelitian .....	43
4.4 Unit Analisis .....	43
4.5 Populasi dan Sampel.....	43
4.5.1 Populasi.....	43
4.5.2 Sampel.....	43
4.6 Variabel dan Definisi Operasional Variabel .....	45
4.6.1 Variabel Independen (Variabel Bebas).....	45
4.6.2 Variabel Dependen (Variabel Terikat).....	46
4.6.3 Tabel Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	46
4.7 Teknik Pengumpulan Data.....	48
4.8 Teknik Analisis Data.....	50
4.8.1 Evaluasi Model Pengukuran ( <i>Measurement Model</i> ) atau <i>Outer Model</i> .....	52
4.8.2 Evaluasi Model Struktural ( <i>Structural Model</i> ) atau <i>Inner Model</i> .....	54
<b>BAB V HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS.....</b>	<b>56</b>
5.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	56
5.2 Karakteristik Responden.....	59
5.2.1 Jenis Kelamin .....	59
5.2.2 Usia.....	60
5.2.3 Pekerjaan .....	61
5.2.4 Domisili .....	62
5.3 Deskripsi Statistik Variabel Penelitian .....	62
5.4 Evaluasi Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	69
5.4.1 Uji Validitas Konvergen ( <i>Convergent Validity</i> ).....	69
5.4.2 Average Variance Extracted (AVE).....	70
5.4.3 Uji Validitas Disriminan ( <i>Discriminant Validity</i> ) .....	71
5.4.4 Uji Reliabilitas (Composite Reliability).....	73
5.5 Evaluasi Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	74
5.5.1 <i>R-Square</i> ( $R^2$ ) .....	74
5.5.2 <i>F-Square</i> ( $F^2$ ).....	75

5.5.3 <i>Goodness of Fit (GoF) Index</i> .....	75
5.5.4 Pengujian Hipotesis ( <i>Path Coefficient</i> ) .....	76
5.5.5 Pembahasan Hasil Penelitian.....	78
5.6 Implikasi Hasil Penelitian .....	83
5.6.1 Implikasi Teoritis.....	83
5.6.2 Implikasi Praktis .....	85
5.7 Keterbatasan Penelitian dan Rekomendasi Penelitian Selanjutnya ....	88
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>90</b>
6.1 Kesimpulan .....	90
6.2 Saran .....	90
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>93</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>102</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index Sub Kategori Susu Cair Dalam Kemasan Siap Minum dalam 5 Tahun Terakhir .....	6
Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Sebelumnya .....	30
Tabel 4. 1 Definisi Operasional Variabel.....	46
Tabel 5. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	59
Tabel 5. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	60
Tabel 5. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	61
Tabel 5. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili/Tempat Tinggal .....	62
Tabel 5. 5 Statistik Deskriptif Data Masing-Masing Konstruk.....	63
Tabel 5. 6 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Green Product Innovation</i> (X1) .....	64
Tabel 5. 7 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Brand Awareness</i> (X2).....	65
Tabel 5. 8 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Perceived Quality</i> (X3).....	66
Tabel 5. 9 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	67
Tabel 5. 10 <i>Outer Loading</i> Setiap Item dari Indikator.....	69
Tabel 5. 11 Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	71
Tabel 5. 12 Nilai <i>Cross Loading</i> .....	71
Tabel 5. 13 Nilai <i>Fornell-Lacker Criterion</i> .....	72
Tabel 5. 14 Nilai <i>Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)</i> .....	73
Tabel 5. 15 Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen.....	73
Tabel 5. 16 Nilai <i>R-Square</i> .....	74
Tabel 5. 17 Nilai <i>F-Square</i> .....	75
Tabel 5. 18 Hasil <i>Output Path Coefficients</i> .....	77

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Jumlah Pemakaian Sedotan Plastik .....	2
Gambar 1. 2 Alasan Konsumen Belanja Produk Ramah Lingkungan .....	3
Gambar 1. 3 Merk Susu UHT yang Paling Sering Dikonsumsi Masyarakat Indonesia Setahun Terakhir (Februari 2023) .....	5
Gambar 2. 1 Piramida Indikator <i>Brand Awareness</i> .....	21
Gambar 3. 1 Kerangka Konseptual .....	38

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	103
Lampiran 2 Statistik Deskripsi Variabel Penelitian .....	110
Lampiran 3 Hasil Pengujian Outer Loading .....	111
Lampiran 4 Nilai AVE (Average Variance Extracted).....	113
Lampiran 5 Nilai Cross Loading.....	113
Lampiran 6 Nilai Fornell-Larcker Criterion .....	114
Lampiran 7 Nilai Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT).....	115
Lampiran 8 Nilai Composite Reliability dan Cronbach's Alpha .....	115
Lampiran 9 Nilai R-Square .....	115
Lampiran 10 Nilai F-Square.....	116
Lampiran 11 Nilai Path Coefficient .....	116
Lampiran 12 Grafik Model Penelitian .....	117