

# **SKRIPSI**

## **PENGARUH *GREEN MARKETING* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *BODY MIST THE BODY SHOP* DI BANJARMASIN**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana (S1) pada  
Program Studi Administrasi Bisnis

Oleh :

**ELGA MELANY PUTERI**

**NIM. 1910412320002**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT**

**BANJARMASIN**

**2023**

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

PENGARUH GREEN MARKETING DAN BRAND IMAGE TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK BODY MIST THE BODY SHOP DI  
KOTA BANJARMASIN

A. Nama Mahasiswa : Elga Melany Puteri  
NIM : 1910412320002

B. Telah disetujui, lulus dan disahkan sebagai Skripsi Administrasi Bisnis,  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.

C. Tim Penguji:

a. Pembimbing  
Dr. Saladin Ghalib, MA  
NIP. 195608081984031002



b. Penguji I  
Dr. Irwansyah, S. Sos, M.Si.  
NIP. 197104201999031001

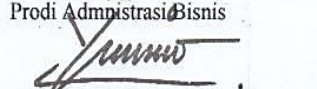


c. Penguji II  
Dr. H. Hairudinor, S.Sos, MM  
NIP. 197306161999031003



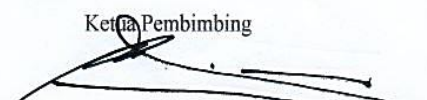
Banjarmasin,

Koordinator  
Prodi Administrasi Bisnis



Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos., M.AB  
NIP. 197511052001122001

Ketua Pembimbing



Dr. Saladin Ghalib, MA  
NIP. 195608081984031002

Mengetahui,  
Dekan FISIP Universitas Lambung Mangkurat



Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S. Sos, M.Si  
NIP. 197301221998021001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN  
RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123  
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

## SURAT TUGAS

Nomor : 3674/UN8.1.13/KP.10.00/2023

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin  
menugaskan Saudara/i :

1. Prof. Dr. Saladin Ghalib, MA
2. Dr. Irwansyah, S.Sos, M.Si
3. Dr. H. Hairudinor, S.Sos, MM

Untuk menguji Skripsi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung  
Mangkurat Banjarmasin:

Nama : Elga Melany Puteri  
NIM : 1910412320002  
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis  
Judul Skripsi : Pengaruh *Green Marketing* dan *Brand Image* Terhadap  
Keputusan Pembelian Produk *Body Mist* The Body Shop di  
Kota Banjarmasin

Dilaksanakan pada:

Hari dan Tanggal : Kamis, 22 Juni 2023  
J a m : 16.00 Wita s.d Selesai  
T e m p a t : Ruang Sidang 2

Demikian surat tugas ini diberikan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 20 Juni 2023

Dekan,



Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si  
NIP 197301221998021001



Catatan :

1. UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti yang sah."
2. Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSE





KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN  
RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123  
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

### BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini Kamis tanggal 22 bulan Juni tahun 2023, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 3674/UN8.1.13/KP.10.00/2023 tanggal 20 Juni 2023 untuk menguji skripsi :

Nama : Elga Melany Puteri  
NIM : 1910412320002  
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis  
Judul Skripsi : Pengaruh *Green Marketing* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Body Mist* The Body Shop di Kota Banjarmasin

Tempat Ujian : Ruang Sidang 2  
Waktu Ujian : 16.00 Wita s.d Selesai  
Nilai : 81,6 (A)  
Dinyatakan : Lulus / Tidak Lulus

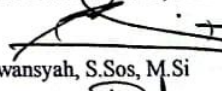
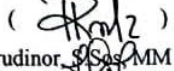
Demikian berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : BANJARMASIN  
Pada Tanggal : 22 Juni 2023

Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,

  
Elga Melany Puteri

1. Ketua : Prof. Dr. Saladin Ghalib, MA
2. Sekretaris : Dr. Irwansyah, S.Sos, M.Si  
(  )
3. Anggota : Dr. H. Hairudinor, S.Sos, MM  
(  )

Mengetahui/membenarkan :  
an Dekan  
Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis,



Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB  
NIP. 19751105 200112 2 001

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan proposal skripsi saya yang berjudul “Pengaruh *Green Marketing* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Body Mist The Body Shop* Di Kota Banjarmasin”. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) pada Program Studi Administrasi Bisnis di Universitas Lambung Mangkurat.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penyelesaian skripsi ini, banyak terdapat kesalahan dan juga hambatan. Akan tetapi dengan bantuan serta bimbingan yang diberikan penulis bisa mengatasi hal tersebut, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan selama menyelesaikan studi dan tugas akhir ini. Untuk itu, dengan penuh hormat penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad Alim Basri, S.E., M.Si selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat
2. Bapak Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M. Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
3. Ibu Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB Selaku Koordinator Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
4. Bapak Prof. Dr. Saladin Ghalib, M.A. selaku Dosen Pembimbing yang penuh kesabaran dalam membimbing selama pembuatan sampai kepada terselesaikannya proposal skripsi ini.

5. Bapak Dr. Irwansyah, S.Sos, M.Si selaku Dosen Penguji I skripsi.
6. Bapak Dr. H. Hairudinor, S.Sos, MM selaku Dosen Penguji II skripsi.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan jasanya selama perkuliahan maupun kelancaran penyelesaian studi dan penulisan skripsi ini.
8. Kepada kedua Orang tua, keluarga, serta semua pihak yang telah memberikan dukungan berupa moril maupun materil yang berharga demi terselesaikannya skripsi ini.
9. Sahabat – sahabat saya yang telah memberikan banyak dukungan, kritikan, saran, beserta bantuan dan motivasi yang berharga sehingga skripsi ini selesai dengan baik.
10. Semua pihak yang ikut serta mendukung dan dalam pembuatan skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan rahmat dan ridho-Nya atas bantuan yang telah diberikan kepada penulis. Sebagai penyusun, penulis menyadari bahwa proposal skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan terdapat kekurangan, baik dari penyusunan maupun tata bahasa penyampaiannya.

Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan untuk perbaikan di masa mendatang. Besar kiranya, semoga skripsi ini bisa menjadi inspirasi dan manfaat bagi pembaca untuk melakukan penelitian yang lebih dimasa mendatang.

Banjarmasin, 05 Maret 2023

Penulis

## PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan Alhamdulillah rabbi'l'alam, puji syukur kepada Allah SWT. Karena atas karunianya serta pertolonganyalah saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Serta shalawat dan salam yang selalu dilimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW.

Karya skripsi ini saya persembahkan kepada kedua orang tua saya yaitu ayahanda (Terry only) dan ibunda (Nuraida) tercinta. Sebagai tanda bakti, cinta, dan terima kasih saya kepada mereka karena telah mengantarkan saya sampai dengan ke titik dimana saya bisa merasakan bagaimana bangku perkuliahan. Semoga ini menjadi Langkah awal saya untuk membanggakan kalian, Terima Kasih kalian yang tak hentinya mendoakan anakmu yang masih banyak kekurangannya ini. Terima kasih telah mengajarkanku untuk menjadi manusia yang selalu kuat, dan selalu membebaskanku untuk mengeksplor dunia luar sehingga aku bisa menjadi manusia yang pantang menyerah dan mengerti apa arti kehidupan yang keras ini

Teruntuk kakak – kakak saya tercinta (Denny Setiawan, Yeni Winarti), para sahabat – sahabatku yang selalu membantuku disaat senang maupun kesusahan. Terima kasih banyak atas segala doa dan support kalian selama ini, saling menyemangati dan tak pernah bosan mendengarkan segala keluh kesahku selama pengerjaan skripsi ini. Saya sangat amat bersyukur mempunyai orang – orang seperti kalian.

*Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing these hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting, I wanna thank me for always being a giver and trying to give more than I receive, I wanna thank me for always just being me all the time. Proud Of You EL, U DID IT*

Lastly, Saya Persembahkan Skripsi Ini Untuk Yang Selalu Bertanya :

“ KAPANKAH SKRIPSIMU SELESAI?”



## **PERNYATAAN ORISINALITAS**

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis skripsi saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi manapun.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian sendiri tanpa bantu pihak lain kecuali arahan dari dosen pembimbing dan masukan tim penguji.
3. Seluruh karya atau pendapat pakar atau karya yang telah dipublikasikan orang lain yang terdapat dalam karya tulis ini telah di sitasi nama pengarangnya dan dicantumkan di dalam daftar Pustaka.
4. Pernyataan ini dibuat sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya sebagai peneliti bersedia menerima sanksi sesuai undang-undang yang berlaku.

Banjarmasin, 18 Juni 2023

Yang membuat pernyataan,

**Elga Melany Puteri**

NIM. 1910412320002

## ABSTRAK

Elga Melany Puteri, 1910412320002, 2023, Pengaruh *Green Marketing* dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Produk *Body Mist The Body Shop* Di Kota Banjarmasin, dibawah bimbingan: Saladin Ghalib.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *Green Marketing* dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian *Produk Body Mist The Body Shop* Di Kota Banjarmasin. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah dengan metode kuantitatif. Teknik sampling yang digunakan adalah *Non- Probability Sampling*, yaitu *Purposive Sampling* dengan perolehan sampel diambil sebanyak 110 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner dan analisis data menggunakan regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Green Marketing* (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) dan *Brand Image* (X2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Secara simultan *Green Marketing* dan *Brand Image* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

**Kata Kunci:** *Green Marketing*, *Brand Image*, Keputusan Pembelian

## **ABSTRACT**

*Elga Melany Puteri, 1910412320002, 2023. The Effect of Green Marketing and Brand Image Toward Purchase Decisions on Body Mist The Body Shop Products in Banjarmasin City, under the guidance of: Saladin Ghalib.*

*This study aims to examine. The Effect of Green Marketing and Brand Image Toward Purchase Decisions on Body Mist The Body Shop Products. The research approach used is to use quantitative methods. The sampling technique used was Non- Probability Sampling - Purposive Sampling with 110 respondents being taken as a sample. Data collection was carried out using a questionnaire and analysis using multiple linear regression.*

*The results showed that Green Marketing (X1) had a positive and significant effect on purchasing decisions (Y) and Brand Image (X2) had a positive and significant effect on purchasing decisions. Simultaneously Green Marketing and Brand Image have a significant effect on purchasing decisions.*

***Keywords: Green Marketing, Brand Image, Purchase Decision***

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	i
SURAT TUGAS .....	ii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR .....	iii
PERSEMBAHAN .....	vi
PERNYATAAN ORISINALITAS .....	vii
ABSTRAK .....	viii
ABSTRACT .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	23
1.3 Tujuan Penelitian.....	23
1.4 Manfaat Penelitian.....	23
BAB II.....	25
TINJAUAN PUSTAKA.....	25
2.1 Landasan Teori .....	25
2.1.1 Perilaku Konsumen Hijan ( <i>Green Consumers Behavior</i> ).....	25
2.1.2 Keputusan Pembelian .....	29
2.1.2.1 Proses Keputusan Pembelian .....	30
2.1.2.2. Indikator- Indikator Keputusan Pembelian .....	33
2.1.3 Pemasaran .....	34
2.1.4 Bauran Pemasaran.....	34
2.1.5 <i>Green Marketing</i> (Pemasaran Hijau).....	36
2.1.5.1 Indikator <i>Green Marketing</i> .....	37
2.1.6. <i>Brand Image</i> ( <i>Brand Image</i> ).....	38

2.1.6.1. Indikator <i>Brand Image</i> .....	38
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	39
2.3 Hipotesis dan Model Penelitian.....	46
2.3.1 Hipotesis Penelitian .....	46
2.3.2 Model Penelitian .....	50
BAB III.....	52
METODE PENELITIAN.....	52
3.1 Pendekatan Penelitian.....	52
3.2 Desain Penelitian .....	52
3.3 Lokasi Penelitian .....	52
3.4 Populasi, Sampel, dan Tehnik Sampling .....	53
3.4.1. Populasi.....	53
3.4.2. Sampel .....	53
3.4.3. Teknik Sampling.....	54
3.5 Definisi Operasional Variabel .....	55
3.5.1. Variabel Terikat .....	55
3.5.2. Variabel Bebas.....	56
3.5.2.1 <i>Green Marketing</i> .....	56
3.5.2.2 <i>Brand Image</i> .....	57
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	63
3.7 Teknik Analisa Data .....	64
3.7.1. Teknik Penentuan Skor .....	64
3.7.2. Statistik Deskriptif .....	65
3.7.3. Uji Validitas dan Uji Reabilitas .....	66
3.7.3.1. Uji Validitas .....	66
3.7.3.2. Uji Reabilitas .....	66
3.7.4. Uji Asumsi Klasik.....	67
3.7.4.1. Uji Normalitas.....	67
3.7.4.2. Uji Heteroskedastisitas.....	68
3.7.4.3. Uji Multikolinieritas.....	69
3.7.5. Analisis Regresi Linier Berganda .....	70
3.7.6. Uji Hipotesis .....	71

3.7.6.1. Uji t-statistik (parsial) .....	71
3.7.6.2. Uji F.....	71
3.7.6.3. Koefisien Determinasi ( <i>adjusted R2</i> ).....	72
BAB IV .....	73
HASIL PENELITIAN.....	73
4.1 Karakteristik Responden .....	73
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	73
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	73
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	74
4.2 Analisis Statistik Deskriptif.....	75
4.2.1 Analisis Statistik Deskriptif Variabel <i>Green Marketing</i> (X1).....	75
4.2.2 Analisis Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i> (X2).....	78
4.2.3 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	79
4.3 Uji Validitas dan Realibilitas.....	81
4.3.1 Uji Validitas.....	81
4.3.2 Uji Reliabilitas .....	83
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	84
4.4.1 Uji Normalitas Data .....	84
4.4.2 Uji Heterokedastisitas .....	86
4.4.3 Uji Multikolinearitas.....	87
4.5 Uji Regresi Linear Berganda .....	88
4.6 Hasil Pengujian Hipotesis.....	89
4.6.1 Uji T .....	89
4.6.2 Uji F .....	91
4.6.3 Pengujian Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	92
BAB V .....	94
PEMBAHASAN HASIL .....	94
5.1 Pembahasan .....	94
5.1.1 Pengaruh <i>Green Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Body Mist The Body Shop</i> Di Kota Banjarmasin.....	94
5.1.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Body Mist The Body Shop</i> Di Kota Banjarmasin .....	95

5.1.3 Pengaruh <i>Green Marketing</i> dan <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Body Mist The Body Shop</i> Di Kota Banjarmasin .....	96
5.2 Implikasi Hasil Penelitian.....	97
5.2.1 Implikasi <i>Green Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	97
5.2.2 Implikasi <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	98
5.2.3 Implikasi <i>Green Marketing</i> dan <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	98
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	100
BAB VI .....	101
PENUTUP.....	101
6.1 Kesimpulan.....	101
6.2 Saran.....	101
DAFTAR PUSTAKA .....	103

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan <i>The Body Shop</i> secara Global .....	16
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu .....	39
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	59
Tabel 3.2 Rentang kategori nilai rata-rata jawaban responden .....	65
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	73
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	74
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	74
Tabel 4.4 Rekapitulasi jawaban responden variabel <i>Green Marketing</i> (X1).....	75
Tabel 4.5 Rekapitulasi jawaban responden variabel <i>Brand Image</i> (X2).....	78
Tabel 4.6 Rekapitulasi jawaban responden variabel Keputusan Pembelian (Y)...	80
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas.....	82
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas.....	84
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinearitas.....	87
Tabel 4.10 Hasil Uji Analisis Linear Berganda.....	88
Tabel 4.11 Hasil Statistik Secara Parsial (Uji T).....	90
Tabel 4.12 Hasil Statistik Secara Simultan (Uji F).....	91
Tabel 4.13 Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	92



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 10 Negara Teratas Yang Melepaskan Plastik Terbanyak Ke Laut (2021) .....	4
Gambar1.2 Ragam Bentuk Kepedulian Konsumen Muda Pada Lingkungan (2022) .....	6
Gambar 1.3 Popularitas Merek Kosmetik Vegan di Indonesia (2022) .....	17
Gambar 1.4 Top Brand Indeks tahun 2019-2022.....	19
Gambar 2. 1 Tahap-tahap Dalam Proses Pembelian.....	31
Gambar 2. 2 Model Penelitian .....	51
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas.....	85
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas P-Plot.....	31
Gambar 4.3 Hasil Uji Heterokedastisitas Scatterplot.....	86