

**PENGARUH *GREEN PRODUCT* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM DALAM
KEMASAN MEREK KELIMUTU**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



OLEH

**AUDI
2018410433**

POGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS FLORES

ENDE

2023

LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : AUDI

Nim : 2018410433

**Judul : PENGARUH *GREEN PRODUCT* DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM
DALAM KEMASAN MEREK KELIMUTU**

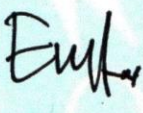
Ende, 31 Januari 2023

Telah Diuji dan Dipertahankan di Depan Dewan Penguji Program Studi
Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Flores

Pembimbing I

Pembimbing II


Lambertus Langga, SE.,M.Sc
NIDN. 0825077101


Maria Endang Jamu, SE.,MM
NIDN. 0814109101

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Flores



Lambertus Langga, SE.,M.Sc
NIDN. 0825077101

LEMBAR PENGESAHAN

Telah diujikan dan disahkan Oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Flores Untuk Dipertahankan Guna Memperoleh Sarjana Manajemen Pada:

Hari : Selasa

Tanggal : 31 Januari 2023

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ekonomi



Iriany Dewi Soleiman, SE., M.Sc
NIDN.08 2603 7001

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen



Lambertus Langga, SE., M.Sc
NIDN.08 2507 7101

Tim Penguji:

- | | | |
|----|--|---------|
| 01 | <u>Dr. Hyronimus Se, SE., MM</u>
NIDN: 08 2909 7501 | 1. |
| 02 | <u>Yulius Laga, SE., M.Ec.Dev</u>
NIDN. 08 0507 8703 | 2. |
| 03 | <u>Santy Permata Sari, S.AB., MM</u>
NIDN. 08 2906 9001 | 3. |
| 04 | <u>Maria Endang Jamu, SE., MM</u>
NIDN. 08 1410 9101 | 4. |
| 05 | <u>Lambertus Langga, SE., M.Sc</u>
NIDN. 08 2507 7101 | 5. |



UNIVERSITAS FLORES
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi saya dengan judul:

“PENGARUH *GREEN PRODUCT*, DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM DALAM KEMASAN MEREK KELIMUTU”

Dan dimajukan untuk diuji pada tanggal, 31 Januari 2023 adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan bahwa gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulisan aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bilah kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh Universitas batal saya terima.

Ende, 31 Januari 2023

Yang Memberi Pernyataan



Audi
2018410433

MOTTO

**Hidup Cuma Sekali
Mari Hidup Yang Berarti**

(Audi)

PERSEMBAHAN

Peneliti mengucapkan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunianya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Green Product dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Merek Kelimutu” skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi Universitas Flores.

Dengan segala kerendahan hati, saya persembahkan skripsi ini kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang senantiasa hadir menyertai dan menuntun peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini menuju keberhasilan.
2. Kedua orang tua tercinta, Bapak Dato Guru dan Ibu Nuryanti yang telah membesarkan, membiayai, memotivasi serta mengiringi langkahku dengan doa dan pengorbanan sehingga sampai pada tahap kesuksesan ini.
3. Yang tersayang kedua saudara saya, yang selalu setia dan menjadi penyemangat dalam masa perkuliahan.
4. Pimpinan Air Kelimutu yang telah membantu dan memberikan data sehingga penulis dapat melakukan penelitian skripsi ini dengan baik hingga selesai.
5. Teman-teman seperjuangan, Arnoldia, Evramia, Nelci Leto, Nafira, Yanto, Riki, Enjel dan juga teruntuk Irma, Kakak Ani, Kakak Ful, Ansi, Fiu, Jakson, Sani terima kasih karena turut memberikan motivasi hingga skripsi ini selesai.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, Tuhan Yang Maha Kuasa atas Berkat Rahmat dan Karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan Judul “Pengaruh Green Product dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Merek Kelimutu” Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan S1, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Flores.

Dalam penelitian ini, banyak pihak yang telah berperan dalam memberikan bimbingan, arahan, saran dan kritik serta semangat dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ketua yayasan Perguruan Tinggi Universitas Flores
2. Rektor dan Wakil Rektor Universitas Flores yang telah memberikan kesempatan unuk menimba ilmu di Universitas Flores
3. Dekan dan Wakil Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Flores
4. Ketua dan Sekertaris Program Studi Manajemen
5. Bapak Lambertus Langga, SE.,M.Sc selaku pembimbing I dan Ibu Maria Endang Jamnu,SE.,MM selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk membimbing , motivasi, dan mendorong penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Bapak Ibu Dosen Program Studi Manajemen yang sudah membekali penulis dengan berbagai ilmu pengetahuan sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.

Akhirnya penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk segala masukan, kritik dan saran demi perbaikan skripsi ini agar dapat mencapai kesempurnaan, penulis terima dengan senang hati dan penulis mengharapkan skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutukannya. Sekian dan terima kasih.

Ende, Februari 2023

Penulis

ABSTRAK

Audi. 2018410433. Pengaruh *Green Product* Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Merek Kelimutu. Skripsi. Ende. Pembimbing I Lambertus Langga, SE.,M.Sc Pembimbing II Maria Endang Jamu, SE.,MM. Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Flores. 2023

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *green product* dan *brand image* terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan merek kelimutu. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini sejumlah 96 orang. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah : observasi, kusioner, dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) *Green Product* memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan merek kelimutu, hal ini dibuktikan dengan hasil pengujian nilai koefisien variabel *green product* sebesar nilai t_{hitung} sebesar 2,220 artinya t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} 1,290 dan nilai signifikan $0,000 < 0,1$ maka H_0 diterima. (2) *Brand Image* memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan merek kelimutu, hal ini dibuktikan dengan hasil pengujian nilai koefisien variabel *brand image* sebesar nilai t_{hitung} sebesar 6,617 artinya t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} 1,290 dan nilai signifikan $0,000 < 0,1$ maka H_0 diterima. Koefisien Determinasi (R^2) dalam Pengaruh *green product* sebesar 40,0% dan *brand image* sebesar 31,1%. Sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata kunci : Green Product, Brand Image, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Audi. 2018410433. The Effect of Green Product and Brand Image on Purchase Decisions of Kelimutu Brand Bottled Drinking Water. Thesis. Ende. Supervisor I Lambertus Langga, SE.,M.Sc Advisor II Maria Endang Jamu, SE.,MM. Management Study Program. Faculty of Economics. Flores University. 2023

This study aims to determine the effect of green product and brand image on purchasing decisions of packaged drinking water with the Kelimutu brand. This study uses a quantitative approach. The sample in this study was 96 people. Data collection techniques used are: observation, questionnaire, documentation.

The results of this study indicate that: (1) Green Product has an influence on the decision to purchase packaged drinking water with the Kelimutu brand, this is evidenced by the results of testing the coefficient value of the green product variable at a tcount of 2.220 meaning that tcount is greater than ttable 1.290 and a significant value of $0.000 < 0.1$ then H_0 is accepted. (2) Brand Image has an influence on the decision to purchase packaged drinking water with the Kelimutu brand, this is evidenced by the results of testing the coefficient value of the brand image variable at a tcount of 6.617 meaning that tcount is greater than ttable 1.290 and a significant value of $0.000 < 0.1$ then H_0 received. The coefficient of determination (R^2) in the influence of green product is 40.0% and brand image is 31.1%. The rest is influenced by other variables not explained in this study.

Keywords: Green Product, Brand Image, Purchase Decision

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
PESEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	9
2.1.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	9

2.1.1.2 Bauran Pemasaran.....	9
2.1.1.3 Unsur-Unsur Bauran Pemasaran.....	10
2.2 <i>Green Product</i>	11
2.2.1 Pengertian <i>Green Product</i>	11
2.2.2 Tujuan <i>Green Product</i>	11
2.2.3 Indikator <i>Green Product</i>	12
2.3 <i>Brand Image</i>	14
2.3.1 Pengertian <i>Brand Image</i>	14
2.3.2 Faktor-faktor <i>Brand Image</i>	15
2.3.3 Indikator <i>Brand Image</i>	15
2.4 Keputusan Pembelian.....	16
2.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	16
2.4.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	16
2.4.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	17
2.5 Penelitian Terdahulu.....	20
2.6 Pengembangan Hipotesis.....	22
2.6.1 Hubungan <i>green product</i> dengan keputusan pembelian.....	22
2.6.2 Hubungan <i>Brand Image</i> dengan Keputusan Pembelian.....	22
2.7 Kerangka Berpikir.....	23
BAB III METODE PENELITIAN.....	24
3.1 Jenis Penelitian.....	24
3.2 Lokasi Penelitian.....	24
3.3 Populasi, Sampel, Teknik Pengambilan Sampel.....	24

3.3.1	Populasi	24
3.3.2	Sampel.....	25
3.4	Sumber Data.....	26
3.5	Definisi Operasional Variabel.....	26
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.7	Variabel dan Skala Pengukur	26
3.7.1	Variabel Penelitian.....	26
3.7.2	Skala Pengukuran.....	29
3.8	Pengukuran Instrumen Penelitian	29
3.8.1	Uji Validitas	29
3.8.2	Uji Reliabilitas	30
3.8.3	Uji Asumsi Klasik.....	30
3.8.3.1	Uji Normalitas.....	30
3.8.3.2	Uji Linieritas	30
3.8.3.3	Uji Heteroskedastisitas.....	31
3.9	Teknik Analisis Data.....	31
3.9.1	Analisi Regresi Linier Berganda.....	31
3.9.2	Uji Hipotesis.....	32
3.9.3	Uji t.....	32
3.10	Koefisiensi Determinasi (R ²)	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		35
4.1	Gambaran Umum Pabrik Air Kelimutu.....	35
4.1.1	Sejarah Singkat	35

4.1.2 Visi dan Misi Pabrik Air Kelimutu.....	36
4.1.2.1 Visi.....	36
4.1.2.2 Misi.....	36
4.2 Profil Responden.....	37
4.2.1 Deskripsi Responden.....	37
4.3 Analisis Deskripsi Statistik.....	42
4.3.1 Variabel <i>Green Product</i>	42
4.3.2 Variabel <i>Brand Image</i>	43
4.3.3 Variabel Keputusan Pembelian.....	45
4.4 Uji Instrumen Penelitian.....	47
4.4.1 Uji Validitas.....	47
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	49
4.4.3 Uji Asumsi Klasik.....	50
4.4.3.1 Uji Linieritas.....	50
4.4.3.2 Uji Heteroskedastisitas.....	50
4.4.3.3 Uji Normalitas.....	51
4.5 Uji Hipotesis.....	52
4.5.1 Hipotesis Pertama.....	52
4.5.2 Hipotesis Kedua.....	54
4.6 Pembahasan dan Hasil Penelitian.....	55
4.6.1 Pengaruh <i>Green Product</i> Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum dalam Kemasan Merek Kelimutu.....	55

4.6.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum dalam Kemasan Merek Kelimutu	57
BAB V PENUTUP	59
5.1 Kesimpulan	59
5.2 Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu Yang Relevan	20
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	27
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	38
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan.....	39
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Seberapa Sering Mengonsumsi Air Mineral Kelimutu.....	41
Tabel 4.5 Data Deskripsi Variabel <i>Green Product</i>	42
Tabel 4.6 Data Deskripsi Variabel <i>Brand Image</i>	44
Tabel 4.7 Data Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian	45
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas	47
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas	48
Tabel 4.10 Hasil Uji Linieritas.....	50
Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Spearman's rho	51
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas	51
Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Pengaruh <i>Green Product</i> (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	52
Tabel 4.14 Hasil koefisien Determinan Pengaruh <i>Green Product</i> (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	53
Tabel 4.15 Hasil Analisis Regresi Pengaruh <i>Brand Image</i> (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	54
Tabel 4.16 Hasil koefisien Determinan Pengaruh <i>Brand Image</i> (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	23
Diagram 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
Diagram 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	39
Diagram 4.3 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	40
Diagram 4.4 Deskripsi Responden Seberapa Sering Mengonsumsi Air Mineral Kelimutu.....	41