

PENGARUH *GREEN BRAND POSITIONING* DAN *GREEN BRAND KNOWLEDGE* TERHADAP *GREEN PRODUCTS PURCHASE INTENTION* PADA KONSUMEN AIR MINUM DALAM KEMASAN DI WILAYAH JABODETABEK

HERLISA FEBRIYANTI

1707617086



Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

PROGRAM STUDI S1 PENDIDIKAN BISNIS

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2021

***THE INFLUENCE OF GREEN BRAND POSITIONING AND
GREEN BRAND KNOWLEDGE ON GREEN PRODUCTS
PURCHASE INTENTION OF BOTTLED DRINKING WATER
CONSUMERS IN THE JABODETABEK AREA***

HERLISA FEBRIYANTI

1707617086



This Thesis Is Organized as One of The Requirements for Obtaining Bachelor of

Education at Faculty of Economics State University of Jakarta

BUSINESS EDUCATION STUDY PROGRAM

FACULTY ECONOMICS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2021

ABSTRAK

Herlisa Febriyanti, 2021: Pengaruh *Green Brand Positioning* dan *Green Brand Knowledge* terhadap *Green Products Purchase Intention* pada Konsumen Air Minum Dalam Kemasan di Wilayah Jabodetabek. Skripsi, Jakarta: Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Tim Pembimbing: Drs. Nurdin Hidayat, M.M., M.Si. dan Ryna Parlyna, M.B.A

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *green brand positioning* dan *green brand knowledge* terhadap *green products purchase intention*. Desain penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan kausal, sedangkan teknik pemilihan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Metode pengumpulan data menggunakan metode survei. Sampel dalam penelitian ini adalah Konsumen Air Minum Dalam Kemasan dan berdomisili di wilayah Jabodetabek disertai adanya kegiatan transaksi minimal tiga kali dalam satu bulan terakhir. Total sampel yang digunakan adalah 200 Responden. Pilot study dilakukan pada 30 Responden. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah IBM SPSS Statistik 22 dan AMOS 21. Hasil dari penelitian ini menunjukkan, (1) *Green Brand Positioning* berpengaruh positif terhadap *Green Brand Knowledge*, (2) *Green Brand Positioning* berpengaruh positif terhadap *Green Products Purchase Intention* dan (3) *Green Brand Knowledge* berpengaruh positif terhadap *Green Products Purchase Intention*.

Kata Kunci: *Green Brand Positioning*, *Green Brand Knowledge*, *Green Products Purchase Intention*, Air Minum Dalam Kemasan, Danone-Aqua

ABSTRACT

Herlisa Febriyanti, 2021: The Influence of Green Brand Positioning and Green Brand Knowledge on Green Products Purchase Intention of Bottled Drinking Water Consumers in the Jabodetabek Area.

Thesis, Jakarta: Business Education, Faculty of Economics, Universitas Negeri Jakarta.
Advisory Team: Drs. Nurdin Hidayat, M.M., M.Si. and Ryna Parlyna, M.B.A.

The purpose of this study was to analyze the influence of green brand positioning and green brand knowledge on green products purchase intention of bottled drinking water consumers in the Jabodetabek Area. The research design was used by descriptive and causal, while the sample selection technique was used by purposive sampling. The data collection method used the survey method. The Sample in this study are the bottled drinking water consumer who lives in Jabodetabek Area and they consumed Danone-Aqua products and also they consumed at least once in the last mounts. The total sample in this study amounted to 200 respondents. A pilot study was conducted on 30 respondents. The analytical tool used in this study is IBM SPSS Statistic 22 and AMOS 21. The results of this study indicate that, (1) Green Brand Positioning has a positive effect on Green Brand Knowledge, (2) Green Brand Positioning has a positive effect on Green Products Purchase Intention and (3) Green Brand Knowledge has a positive effect on Green Products Purchase Intention.

Keywords: Green Brand Positioning, Green Brand Knowledge, Green Products Purchase Intention, Bottled Drinking Water, Danone-Aqua

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PenanggungJawab

Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Ari Saptono, S.E., M.Pd
NIP. 197207152001121001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>Dr. Corry Yohana, M.M</u> NIP. 195909181985032011 (Ketua)		7 Februari 2021
2.	<u>Terrylina Arvinta Monoarfa, S.E.,M.M</u> NIDN. 8854660018 (Sekretaris)		6 Februari 2021
3.	<u>Ati Sumiati, S.Pd., M.Si</u> NIP. 197906102008012028 (Penguji Ahli)		5 Februari 2021
4.	<u>Drs. Nurdin Hidayat, M.M., M.Si</u> NIP. 196610302000121001 (Pembimbing 1)		3 Februari 2021
5.	<u>Rvna Parlyna, M.B.A</u> NIP. 197701112008122003 (Pembimbing 2)		25 Januari 2021

Nama : Herlisa Febriyanti
No. Registrasi : 1707617086
Program Studi : Pendidikan Bisnis
Tanggal Lulus : 14 Januari 2021

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang Bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Herlisa Febriyanti

No. Registrasi : 1707617086

Jenjang : S1 Pendidikan

Program Studi : Pendidikan Bisnis

Fakultas : Ekonomi

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Saya telah menyelesaikan seluruh administrasi keuangan di FE UNJ.
3. Saya telah menyelesaikan seluruh mata kuliah dan telah memenuhi syarat jumlah SKS yang telah ditetapkan FE UNJ.
4. Saya tidak memalsukan tanda tangan pihak manapun pada berkas pendaftara ujian skripsi.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya. Jika di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pembatalan kelulusan dan pencabutan ijazah yang telah saya peroleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, Januari 2021

Yang membuat pernyataan

Herlisa Febriyanti



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Herlisa
NIM : 170761708
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi / Pendidikan Bisnis
Alamat email : Febriantiherlisa@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh Green Brand Positioning dan Green Brand Knowledge terhadap Green Products Purchase Intention pada Konsumen Air Minum Dalam Kemasan di Wilayah Jabodetabek

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta 26 Januari 2021

Penulis

(Herlisa Febriyanti)
nama dan tanda tangan

KATA PENGANTAR

Puji serta syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya yang memberikan kemudahan dan kelancaran dalam menyelesaikan proposal penelitian ini. Selawat serta salam peneliti haturkan kepada junjungan besar Nabi Muhammad SAW yang peneliti nantikan syafaatnya di hari kiamat nanti.

Proposal penelitian ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memenuhi gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi S-1 Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Dalam penulisan proposal penelitian ini, peneliti melibatkan beberapa pihak. Berkaitan dengan hal tersebut, peneliti akan menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua yang selalu memberikan dukungan material maupun immaterial dan selalu mendoakan peneliti
2. Drs. Nurdin Hidayat, M.M, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Satu yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada peneliti dalam penyusunan proposal penelitian
3. Ryna Parlyna, MBA selaku Koordinator Program Studi S-1 Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta sekaligus Dosen Pembimbing Dua yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada peneliti dalam penyusunan proposal penelitian
4. Dr. Ari Saptono, S.E., M.Pd. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

5. Seluruh dosen Program Studi Pendidikan Bisnis Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan selama peneliti belajar di bangku perkuliahan
6. Keluarga besar Scholars Bazma Pertamina yang senantiasa memberikan doa dan dukungan baik secara moril ataupun materil dalam penyusunan skripsi
7. Teman-teman Pendidikan Bisnis 2017 yang telah memberikan saran kepada peneliti dalam penyusunan proposal penelitian ini

Dengan adanya keterbatasan ilmu yang dimiliki, peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih terdapat kesalahan dan kekurangan. Dalam rangka memperbaiki kesalahan dan kekurangan penelitian ini, peneliti mohon maaf dan sungguh menerima segala kritik dan saran dari pembaca.

Jakarta, Oktober 2020

Peneliti

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR ORISINALITAS	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pertanyaan Penelitian.....	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Kebaruan Penelitian	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
A. Latar Belakang Teori.....	12
B. Kerangka Teori dan Perumusan Hipotesis.....	27
BAB III METODE PENELITIAN	38
A. Waktu, Objek dan Tempat Penelitian	38
B. Pendekatan Penelitian	38
C. Metode Penentuan Populasi dan Sampel	41
D. Penyusunan Instrumen	42
E. Teknik Pengumpulan Data.....	46
F. Teknik Analisis Data.....	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	65
A. Deskripsi Data.....	65
B. Pembahasan.....	88
BAB V PENUTUP.....	90
A. Kesimpulan	90

B. Implikasi.....	93
C. Keterbatasan Penelitian.....	94
D. Rekomendasi Penelitian.....	95
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN-LAMPIRAN	101



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Top Brand Indeks Fase 2 2020	4
Gambar 1.2 Pangsa Pasar Air Mineral Dalam Kemasan	6
Gambar 1.3 Pangsa Pasar Air Mineral Dalam Kemasan	6
Gambar 3.1 Konstelasi X1 dan X2 (<i>Green brand Positioning</i> dan <i>Green Brand Knowledge</i>) dengan Y (<i>Green Products Purchase Intention</i>)	40
Gambar 3.2 Diagram Jenis Kelamin Responden	55
Gambar 3.3 Diagram Usia Responden	56
Gambar 3.4 Diagram Tingkat Pendidikan Terakhir Responden	57
Gambar 3.5 Diagram Status Pekerjaan Responden	58
Gambar 3.6 Diagram Status pernikahan responden.....	59
Gambar 4.1 Diagram Jenis Kelamin Responden	65
Gambar 4.2 Diagram Jenis Kelamin Responden	66
Gambar 4.3 Diagram Tingkat Pendidikan Terakhir Responden	67
Gambar 4.4 Diagram Status Pekerjaan Responden	68
Gambar 4.5 Diagram Status pernikahan responden.....	69
Gambar 4.6 <i>Output Confirmatory Factor Analysis</i> Model Awal.....	82
Gambar 4.7 <i>Output Confirmatory Factor Analysis</i> Fit Model.....	84
Gambar 4.8 Output Hasil Pengujian Hipotesis.....	85

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Review Penelitian.....	34
Tabel 3.1 Instrumen <i>Green Products Purchase Intention</i>	43
Tabel 3.2 Instrumen <i>Green Brand Positioning</i>	44
Tabel 3.3 Instrumen <i>Green Brand Knowledge</i>	45
Tabel 3.4 Skala Pengukuran Likert Genap	46
Tabel 3.5 Nilai <i>Loading Significant</i> EFA Berdasarkan Jumlah Sampel	49
Tabel 3.6 <i>Parsimony Fit Indices</i>	53
Tabel 3.7 Karakteristik Responden menurut Jenis Kelamin	54
Tabel 3.8 Karakteristik Responden Menurut Usia.....	55
Tabel 3.9 Karakteristik Responden Menurut Usia.....	56
Tabel 3.10 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	58
Tabel 3.11 Karakteristik Responden berdasarkan Status Pernikahan	59
Tabel 3.12 Hasil MSA dan Bartlett's Variabel Niat Perilaku	60
Tabel 3.13 Hasil <i>Eigenvalues</i> Variabel <i>Green Products Purchase Intention</i>	60
Tabel 3.14 Hasil <i>Factor Loading</i> dan <i>Cronbach' Alpha</i> Variabel <i>Green Products Purchase Intention</i>	61
Tabel 3.15 Hasil MSA dan Bartlett's Variabel <i>Green Brand Positioning</i>	61
Tabel 3.16 Hasil <i>Eigenvalues</i> Variabel <i>Green Brand Positioning</i>	62
Tabel 3.17 Hasil <i>Factor Loading</i> dan <i>Cronbach' Alpha</i> Variabel <i>Green Brand Positioning</i>	62
Tabel 3.18 Hasil MSA dan Bartlett's Variabel <i>Green Brand Knowledge</i>	63
Tabel 3.19 Hasil <i>Eigenvalues</i> Variabel <i>Green Brand Knowledge</i>	63
Tabel 3.20 Hasil <i>Factor Loading</i> dan <i>Cronbach' Alpha</i> Variabel <i>Green Brand Knowledge</i>	64
Tabel 4.1 Karakteristik Responden menurut Jenis Kelamin	65
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Menurut Usia.....	66

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Menurut Usia.....	67
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	68
Tabel 4.5 Karakteristik Responden berdasarkan Status Pernikahan	69
Tabel 4.6 Statistika Deskriptif <i>Green Products Purchase Intention</i>	70
Tabel 4.7 distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Green Products Purchase Intention</i>	71
Tabel 4.8 Statistika Deskriptif <i>Green Brand Positioning</i>	72
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Green Brand Positioning</i> .	73
Tabel 4.10 Statistika Deskriptif <i>Green Brand Knowledge</i>	74
Tabel 4.11 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Green Brand Knowlegde</i>	75
Tabel 4.12 Hasil MSA dan Bartlett's Variabel <i>Green Products Purchase Intention</i>	76
Tabel 4.13 Hasil <i>Eigenvalues</i> Variabel <i>Green Products Purchase Intention</i>	77
Tabel 4.14 Hasil <i>Factor Loading</i> dan <i>Cronbach' Alpha</i> Variabel <i>Green Products Purchase Intention</i>	77
Tabel 4.15 Hasil MSA dan Bartlett's Variabel <i>Green Brand Positioning</i>	78
Tabel 4.16 Hasil <i>Eigenvalues</i> Variabel <i>Green Brand Positioning</i>	78
Tabel 4.17 Hasil <i>Factor Loading</i> dan <i>Cronbach' Alpha</i> Variabel <i>Green Brand Positioning</i>	79
Tabel 4.18 Hasil MSA dan Bartlett's Variabel <i>Green Brand Knoeledge</i>	80
Tabel 4.19 Hasil <i>Eigenvalues</i> Variabel <i>Green Brand Knowledge</i>	80
Tabel 4.20 Hasil <i>Factor Loading</i> dan <i>Cronbach' Alpha</i> Variabel <i>Green Brand Knowledge</i>	81
Tabel 4.21 Jumlah Indikator CFA.....	82
Tabel 4.22 Hasil Pengujian GOF Model Awal.....	83
Tabel 4.23 Hasil Pengujian GOF Model Fit.....	84
Tabel 4.24 <i>Regression Weights: (Group number 1 – Default model)</i>	85
Tabel 4.25 <i>Standardized Regression Weights: (Group number 1 – Default model)</i>	86

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Draft Survei Awal.....	101
Lampiran 2. Kuesioner Pilot Study dan Penelitian (Final)	105
Lampiran 3. Jawaban Pertanyaan Responden Pilot Study	109
Lampiran 4. Hasil Explotatory Factor Analysis (EFA) Pilot Study.....	110
Lampiran 5. Hasil Uji Reliabilitas Pilot Study	112
Lampiran 6. Data Responden Pilot Study	114
Lampiran 7. Jawaban Pertanyaan Responden Kuesioner Final	116
Lampiran 8. Hasil Exploratory Factor Analysis (EFA) Final	121
Lampiran 9. Hasil Uji Reliabilitas Final.....	123
Lampiran 10. Hasil <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA) Model Awal	124
Lampiran 11. Hasil <i>Confirmatory Factor Analysis Fit Model</i>	127
Lampiran 12. Hasil Pengujian Hipotesis	129
Lampiran 13. Data Responden Final.....	131
Lampiran 14. Daftar Riwayat Hidup.....	136
Lampiran 15. Hasil Pindai Uji Kemiripan Naskah.....	137

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang Bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Herlisa Febriyanti

No. Registrasi : 1707617086

Jenjang : S1 Pendidikan

Program Studi : Pendidikan Bisnis

Fakultas : Ekonomi

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Saya telah menyelesaikan seluruh administrasi keuangan di FE UNJ.
3. Saya telah menyelesaikan seluruh mata kuliah dan telah memenuhi syarat jumlah SKS yang telah ditetapkan FE UNJ.
4. Saya tidak memalsukan tanda tangan pihak manapun pada berkas pendaftara ujian skripsi.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya. Jika di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pembatalan kelulusan dan pencabutan ijazah yang telah saya peroleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, Januari 2021

Yang membuat pernyataan



Herlisa Febriyanti