

**PENGARUH *GREEN MARKETING MIX* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK *SKINCARE* MEREK
*INNISFREE***



2023

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING DAN PENGESAHAN PANITIA SIDANG SKRIPSI

“Pengaruh *Green Marketing Mix* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada
Produk *Skincare* Merek *Innisfree*”

Nama Mahasiswa : Febby Myrea Alifa
Nomor Registrasi : 1801617235
Jurusan/Program Studi : Psikologi
Tanggal Ujian : 8 Februari 2023

Pembimbing I

Erik, M.Si.
NIP. 0001059113

Pembimbing II

Deasyanti, Ph.D.
NIP. 196612072005012001

Panitia Ujian Sidang Skripsi

Nama	Tandatangan	Tanggal
Prof. Dr. Yufiarti, M.Psi (Penanggungjawab)*		28 Feb' 23
Dr. Gungum Gumelar, M.Si (Wakil Penanggungjawab)**		28 Feb 23
Dr. phil. Zarina Akbar, M.Psi (Ketua Penguji)***		16 Februari 2023
Irma Rosalinda, M.Si (Anggota)****		16 Februari 2023
Dr. R. A. Fadhallah, M.Si (Anggota)		16 Februari 2023

Catatan:

*Dekan FPPsi

**Wakil Dekan I

***Ketua Penguji

****Dosen Penguji selain pembimbing

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, mahasiswa Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta:

Nama : Febby Myrea Alifa
NIM : 1801617235
Program Studi : Psikologi

Menyatakan bahwa skripsi yang dibuat dengan judul “Pengaruh *Green Marketing Mix* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk *Skincare* Merek *Innisfree*” adalah:

1. Dibuat dan diselesaikan oleh saya sendiri, berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian pada bulan Agustus 2022 sampai dengan bulan Januari 2023.
2. Bukan merupakan duplikasi skripsi/karya inovasi yang pernah dibuat orang lain atau jiplakan karya tulis orang lain dan bukan terjemahan karya tulis orang lain.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan saya bersedia menanggung segala akibat yang ditimbulkan jika pernyataan saya ini tidak benar.

Jakarta, 2 Februari 2023

Yang Membuat Pernyataan



(Febby Myrea Alifa)

NIM. 1801617235

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS



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 : Febby Myrea Alifa
NIM : 1801617235
Fakultas/Prodi : Fakultas Pendidikan Psikologi/Psikologi
Alamat email : febby.myrea@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 Marketing Mix* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk
Skincare Merek *Innisfree*"

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 izin 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, 09 Maret 2023

(Febby Myrea Alifa)

Febby Myrea Alifa

**Pengaruh *Green Marketing Mix* terhadap Keputusan Pembelian
Konsumen pada Produk *Skincare* Merek *Innisfree***

Skripsi

Program Studi Psikologi, Fakultas Pendidikan Psikologi

Universitas Negeri Jakarta

2023

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari *green marketing mix* (*green product*, *green price*, *green place* dan *green promotion*) terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk *skincare* merek *Innisfree*. Pada penelitian ini metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan *purposive sampling* untuk pengambilan datanya, dan uji penelitian menggunakan analisis regresi *linier* berganda. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 198 konsumen dari produk *skincare* merek *Innisfree*. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Green Marketing Mix* yang disusun oleh Davari dan Strutton (2014), dan *Keputusan Pembelian* yang disusun oleh Andreani, F., *et al.*, (2021). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *green marketing mix* secara keseluruhan mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 28,5%. Kemudian dimensi *green product*, *green place* dan *green promotion* saja yang memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian

Kata Kunci: *Green Marketing Mix*, *Green Product*, *Green Price*, *Green Place*, *Green Promotion*, Keputusan Pembelian, *Skincare Innisfree*

Febby Myrea Alifa

**The Effect of Green Marketing Mix on Consumers Purchase Decision of
Skincare Products Innisfree Brand**

Undergraduate Thesis

Departement of Psychology, Faculty of Educational Psychology

State University of Jakarta

2023

ABSTRACT

This research aimed to find out the effect of green marketing mix (green product, green price, green place and green promotion) on consumers purchase decision of skincare product Innisfree Brand. This research used quantitative method with purposive sampling to collect data, and the research method used is multiple linear regressions. The sample in this research amounted to 198 consumers of skincare product Innisfree Brand. The measuring tools used on this research are Green Marketing Mix made by Davari and Strutton (2014), and Purchase Decision made by Andreani, F., et al., (2021). The result showed that green marketing mix as a whole has an effect of 28,5% on purchase decision. Then among the green marketing mix dimensions: only green product, green place and green promotion has an effect on purchase decision.

Keywords: *Green Marketing Mix, Green Product, Green Price, Green Place, Green Promotion, Purchase Decision, Skincare Innisfree*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berupa skripsi ini dengan baik. Tugas akhir skripsi ini disusun dan dibentuk untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan mata kuliah skripsi dan memperoleh gelar sarjana psikologi (S.Psi) yang ditujukan bagi mahasiswa dan mahasiswi Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta pada semester akhir. Dalam pelaksanaan maupun penyusunan skripsi ini penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak terkait yang telah memberikan dukungan, arahan serta pengetahuan. Oleh karena itu, ucapan terima kasih penulis tujukan kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Yufiarti, M.Si selaku Dekan Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta.
2. Bapak Dr. Gumgum Gumelar, M.Si selaku Wakil Dekan I Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta, Ibu Rata Dyah Suryaratri, Ph.D selaku Wakil Dekan II Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta, Ibu Mira Ariyani, Ph.D. Selaku Wakil Dekan III Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta.
3. Ibu Dr. Phil. Zarina Akbar, M.Psi. selaku Koordinator Program Studi Psikologi, Fakultas Psikologi Universitas Negeri Jakarta.
4. Bapak Erik, M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing, membantu dan memberikan dukungan kepada peneliti dengan sabar.
5. Ibu Deasyanti, Ph.D selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing, membantu dan memberikan dukungan kepada peneliti dengan sabar.

6. Seluruh dosen yang mengajar di Universitas Negeri Jakarta, terutama di Fakultas Pendidikan Psikologi. Terima kasih atas waktu, jasa, serta ilmu pengetahuan yang telah diberikan.
7. Seluruh karyawan dan staf administrasi Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta yang telah membantu peneliti ketika mengurus administrasi dan ketika mengalami kesulitan terkait pembelajaran jarak jauh (PJJ).
8. Orang tua peneliti; Bapak Pujo Mardiyono dan Ibu Eni Wijayanti, serta adik peneliti; Fabian Muhammad Abdilla yang selalu memberikan doa dan dukungannya. Kemudian juga kucing dan kura-kura milik peneliti; Abu, Robert dan Blackie yang selalu menemani juga menghibur peneliti.
9. Arinda, Dinda, Hanifah dan Indah selaku teman dan rekan yang selalu menemani peneliti sejak awal perkuliahan berlangsung.
10. Tobanga (Alfira, Arnetta, Andaira, Difa, Irma, Steffany, dan Xena), Corey Rafaela dan Hastika Minarti, selaku teman dan *support system* yang telah membantu dalam memberikan semangat pada peneliti.
11. Seluruh pihak yang disadari maupun tanpa disadari telah terlibat, melihat ataupun mendoakan peneliti selama proses perjuangan dalam menempuh perkuliahan dari awal hingga akhir.

Jakarta, 4 Februari 2023



Peneliti,

Febby Myrea Alifa

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iii
LEMBAR MOTTO.....	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	10
1.3 Batasan Masalah.....	11
1.4 Rumusan Masalah	11
1.5 Tujuan Penelitian.....	11

1.6 Manfaat Penelitian.....	12
1.6.1 Manfaat Teoritis	12
1.6.2 Manfaat Praktis	12
BAB II	13
LANDASAN TEORI	13
2.1 Keputusan Pembelian	13
2.1.1 Definisi Keputusan Pembelian	13
2.1.2 Proses dalam Pengambilan Keputusan Pembelian	14
2.1.3 Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian	17
2.2 Green Marketing Mix	19
2.2.1 Definisi Green Marketing Mix	19
2.2.2 Tujuan dari Green Marketing Mix	21
2.2.3 Elemen-Elemen dalam Green Marketing Mix	23
2.3 Pengaruh Green Marketing Mix terhadap Keputusan Pembelian..	26
2.4 Kerangka Konseptual	28
2.5 Hipotesis Penelitian	30
2.6 Hasil Penelitian yang Relevan	31
BAB III	34
METODE PENELITIAN	34
3.1 Tipe Penelitian	34
3.2 Identifikasi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian	34
3.2.1 Variabel Dependent	35
3.2.2 Variabel Independent	36
3.3 Populasi dan Sampel	37
3.3.1 Populasi	37
3.3.2 Sampel	37

3.4 Teknik Pengumpulan Data	39
3.5 Instrumen Penelitian.....	40
3.5.1 Instrumen Penelitian Keputusan Pembelian	40
3.5.2 Instrumen Penelitian Green Marketing Mix	42
3.6 Uji Coba Instrumen.....	45
3.6.1 Hasil Uji Coba Instrumen Keputusan Pembelian	46
3.6.2 Hasil Uji Coba Instrumen Green Marketing Mix	47
3.7 Analisis Data	48
3.7.1 Uji Normalitas.....	48
3.7.2 Uji Linearitas	48
3.7.3 Uji Korelasi.....	49
3.7.4 Uji Multikolinearitas.....	49
3.7.5 Uji Heterokedastisitas	49
3.7.6 Uji Regresi Linier Berganda	50
3.7.7 Uji Hipotesis.....	51
BAB IV	52
HASIL DAN PEMBAHASAN	52
4.1 Gambaran Responden.....	52
4.1.1 Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
4.1.2 Gambaran Responden Berdasarkan Rentang Usia.....	53
4.1.3 Gambaran Responden Berdasarkan Pekerjaan	55
4.1.4 Gambaran Responden Berdasarkan Pendapatan	56
4.2 Prosedur Penelitian.....	58
4.2.1 Persiapan Penelitian.....	58
4.2.2 Pelaksanaan Penelitian.....	60
4.3 Hasil Analisis Data Penelitian	61
4.3.1 Variabel Keputusan Pembelian.....	61

4.3.2	Variabel Green Marketing Mix	63
4.3.3	Uji Normalitas	68
4.3.4	Uji Linearitas	69
4.3.5	Uji Korelasi	70
4.3.6	Uji Multikolinearitas	71
4.3.7	Uji Heterokedastisitas	72
4.3.8	Uji Analisis Regresi Linier Berganda	73
4.3.9	Uji Hipotesis	76
4.4	Pembahasan	81
4.5	Keterbatasan Penelitian	86
BAB V	87
KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN	87
5.1	Kesimpulan	87
5.2	Implikasi	87
5.3	Saran	88
5.3.1	Mahasiswa	88
5.3.2	Perusahaan	88
5.3.3	Peneliti Selanjutnya	89
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN	99
RIWAYAT HIDUP	114