

LAPORAN SKRIPSI

**PENGARUH *GREEN PRODUCT* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK LAMPU LED MEREK PHILIPS DI PERUMAHAN BSB
KECAMATAN MIJEN, KOTA SEMARANG**



Kornelius Hartono

19.D1.0120

PROGAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

2023

LAPORAN SKRIPSI

**PENGARUH *GREEN PRODUCT* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK LAMPU LED MEREK PHILIPS DI PERUMAHAN BSB
KECAMATAN MIJEN, KOTA SEMARANG**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Guna Mencapai Gelar Kesarjanaan S-1 Pada Program
Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang



Kornelius Hartono

19.D1.0120

PROGAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

2023

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Kornelius Hartono
NIM : 19.D1.0120
Progdi / Konsentrasi : Manajemen / Pemasaran
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa Laporan Tugas Akhir dengan Judul "Pengaruh *Green Product* Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lampu Led Merek Philips Diperumahan Bsb Kecamatan Mijen, Kota Semarang" tersebut bebas plagiasi. Akan tetapi bila terbukti melakukan plagiasi maka bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Semarang, 27 Maret 2023

Yang menyatakan,



Kornelius Hartono

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI



Judul Tugas Akhir: : PENGARUH GREEN PRODUCT DAN BRAND IMAGE
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
LAMPU LED MEREK PHILIPS DI PERUMAHAN BSB
KECAMATAN MIJEN, KOTA SEMARANG

Diajukan oleh : KORNELIUS HARTONO

NIM : 19.D1.0120

Tanggal disetujui : 27 Maret 2023

Telah setuju oleh

Pembimbing : Drs. A. Sentot Suciarto M.P., Ph.D.

Penguji 1 : Dra. My. Dwi Hayu Agustini M.B.A., P.hD

Penguji 2 : A. Haryo Perwito S.E., MA.TRM.

Penguji 3 : Drs. A. Sentot Suciarto M.P., Ph.D.

Ketua Program Studi : Dr. Widuri Kurniasari S.E., M, Si.

Dekan : Drs. Theodorus Sudimin M.S.

Halaman ini merupakan halaman yang sah dan dapat diverifikasi melalui alamat di bawah ini.

sintak.unika.ac.id/skripsi/verifikasi/?id=19.D1.0120

**HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Kornelius Hartono
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

Menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata Semarang Hak Bebas Royalti Noneksklusif atas karya ilmiah yang berjudul “Pengaruh *Green Product* Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lampu Led Merek Philips Diperumahan Bsb Kecamatan Mijen, Kota Semarang ”berserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak BebasRoyalti Noneksklusif ini Universitas Katolik Soegijapranata berhak menyimpan, mengalihkan media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir ini selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Semarang, 27 Maret 2023

Yang menyatakan



Kornelius Hartono

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus, karena dengan rahmatnya dan kasihNya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH *GREEN PRODUCT* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK LAMPU LED MEREK PHILIPS DI PERUMAHAN BSB KECAMATAN MIJEN, KOTA SEMARANG”** dengan baik. Dimana skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Soegijapranata Semarang.

Dalam penyusunan skripsi ini, banyak pihak yang telah membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung, Proposal skripsi ini penulis susun secara teliti dan kompleks dengan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak diantaranya :

1. Tuhan Yang Maha Esa, Senantiasa mempermudah jalannya dalam pembuatan skripsi.
2. Bapak Sentot Suciarto A., Ph.D. selaku dosen mata kuliah metodologi penelitian serta pembimbing dalam menyusun skripsi ini.
3. Papah, Mamah, Ko Calvin, Christabel selaku keluarga tercinta yang selalu mendoakan, memberikan perhatian, support serta kasih sayang.
4. Josefha Agustin Budoyo yang selalu memeberikan dukungan, doa, motivasi pada saya untuk selalu menyelesaikan skripsi ini.
5. Calvin Vrilentianto E.W yang selalu mendoakan dan membantu ketika menghadapi kesulitan selama menyusun proposal.
6. Neilson, Michaell, Alvin, Sara, Marcella, Kartika, Shannon, dan Leony teman – teman yang selalu mendoakan dan medukung pada proses penyusunan skripsi.
7. Clarissa, Beatricee, Natalia, Rifina, Cindy, Varent teman CG yang selalu mendoakan dan mendukung pada proses penyusunan skripsi.
8. Segenap Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Soegijapranata Semarang

9. Semua pihak dan responden yang telah membantu dalam menyusun skripsi yang tidak dapat di sebutkan satu per satu.

Oleh karena itu penulis menyadari bahwa, skripsi ini masih banyak kekurangan, oleh karena itu penulis mengharapkan kritis dan saran yang dapat membangun dari pembaca untuk menyempurnakan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan dapat menjadi bahan masukan bagi penulis lain dalam Menyusun skripsi.

Semarang, 27 Maret 2023

Penulis,



Kornelius Hartono

19.D1.0120



ABSTRAK

PENGARUH *GREEN PRODUCT* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK LAMPU LED MEREK PHILIPS DI PERUMAHAN BSB KECAMATAN MIJEN, KOTA SEMARANG

Oleh :

Kornelius Hartono

19.D1.0120

Penelitian ini bertujuan mengetahui : (1) Pengaruh *Green Product* terhadap keputusan pembelian konsumen lampu LED Philips di perumahan BSB Kecamatan Mijen, Kota Semarang, (2) Pengaruh *Brand Image* terhadap keputusan pembelian konsumen lampu LED Philips di perumahan BSB Kecamatan Mijen, Kota Semarang, (3) Pengaruh *Green Product* dan *Brand Image* terhadap keputusan pembelian konsumen lampu LED Philips di perumahan BSB Kecamatan Mijen, Kota Semarang.

Penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian deskriptif kuantitatif, dimana instrumen penelitian ini berupa kuesioner. Populasi penelitian ini adalah konsumen lampu LED Philips di perumahan BSB Kecamatan Mijen, Kota Semarang. Teknik pengambilan sampel dengan metode *purposive sampling*. Sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 100 orang. Uji validitas instrumen menggunakan Confirmatory Factor Analysis, sedangkan uji reliabilitasnya menggunakan Alpha Cronbach. Analisis regresi berganda digunakan untuk uji hipotesis penelitian ini.

Hasil dari penelitian ini adalah: (1) *Green Product* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dengan nilai regresi sebesar 0,418 dan tingkat signifikansinya 0,001, (2) *Brand Image* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dengan nilai regresi sebesar 0,328 dan tingkat signifikansinya 0,003, : (3) *Green Product* dan *Brand Image* secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000, lebih kecil dari 0,05 dan besar *adjusted R² Green Product* dan *Brand Image* terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 0,459.

Kata Kunci : *Green product*, *Brand image*, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF *GREEN PRODUCT* AND *BRAND IMAGE* ON PURCHASE DECISIONS OF PHILIPS BRAND LED LIGHTING PRODUCTS IN BSB HOUSING, MIJEN DISTRICT, SEMARANG CITY

By :

Kornelius Hartono

19.D1.0120

This study aims to determine: (1) The influence of *Green Product* on consumer purchasing decisions for Philips LED lamps in BSB housing, Mijen Subdistrict, Semarang City, (2) The influence of Brand Image on consumer purchasing decisions for Philips LED lamps in BSB housing, Mijen Subdistrict, Semarang City, (3) The influence of *Green Product* and *Brand Image* on consumer purchasing decisions for Philips LED lamps in BSB housing, Mijen Subdistrict, Semarang City.

This research is categorized as a quantitative descriptive study, where the research instrument is a questionnaire. The population of this study is consumers of Philips LED lamps in BSB housing, Mijen Subdistrict, Semarang City. The sampling technique used is purposive sampling method. The sample size for this study is 100 respondents. Confirmatory Factor Analysis is used to test the validity of the instrument, while Cronbach's Alpha is used to test the reliability. Multiple regression analysis is used to test the hypotheses of this study.

The results of this study are as follows: (1) *Green Product* has a positive effect on purchasing decisions with a regression value of 0.418 and a significance level of 0.001, (2) *Brand Image* has a positive effect on purchasing decisions with a regression value of 0.328 and a significance level of 0.003, (3) *Green Product* and *Brand Image* simultaneously have a positive effect on purchasing decisions with a significance level of 0.000, smaller than 0.05 and the adjusted R² value of *Green Product* and *Brand Image* on purchasing decisions is 0.459.

Keywords: *Green Product*, *Brand Image*, Purchasing Decision.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan.....	6
1.4. Manfaat.....	6
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1 Definisi Produk.....	7
2.2 Green Product (Produk Hijau).....	7
2.2.1 Pengertian Green Product (Produk Hijau).....	7

2.2.2	Pemasaran Green Product (Produk Hijau)	8
2.3	Merek (Brand)	10
2.4	Citra Merek (Brand Image)	11
2.4.1	Pengertian Citra Merek (Brand Image)	11
2.4.2	Komponen – komponen Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	11
2.4.3	Indikator Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	12
2.4.4	Manfaat Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	12
2.4.5	Hubungan Citra Merek dengan Keputusan Pembelian.....	13
2.5	Keputusan Pembelian	13
2.5.1	Pengertian Keputusan Pembelian	13
2.5.2	Indikator Keputusan Pembelian.....	13
2.5.3	Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	14
2.6	Penelitian Terdahulu	15
2.7	Kerangka Penelitian.....	19
2.8	Hipotesis Penelitian	20
2.9	Definisi Operasional	20
BAB III METODE PENELITIAN		22
3.1	Objek Penelitian.....	22
3.2	Lokasi Penelitian	22
3.3	Metode Pengumpulan Data.....	23
3.3.1	Populasi dan Teknik Sampling	23

3.3.2	Teknik Pengumpulan Data	24
3.4	Uji Validitas dan Uji Reabilitas.....	24
3.5	Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis	26
3.5.1	Analisis Regresi Linear Berganda	26
3.5.2	Pengujian Hipotesis	28
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		31
4.1	Gambaran Umum CitraLand BSB City Semarang.....	31
4.2	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	34
4.3	Gambaran Umum Responden.....	35
4.3.1	Statistik Deskriptif Variable Penelitian	38
4.4	Analisis Data.....	44
	Analisis Regresi Linear Berganda	44
	Uji T.....	45
	Uji F.....	46
	Koefisien Determinasi (R^2).....	46
4.5	Pembahasan	47
4.6	Keterbatasan Penelitian	49
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		50
5.1	Kesimpulan.....	50
5.2	Saran	50
DAFTAR PUSTAKA.....		52



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2 1. Kerangka Penelitian.....	19
Gambar 4. 1 Cluster Graha Taman Bunga.....	32
Gambar 4. 2 Cluster Beranda Bali.....	33
Gambar 4. 3 CitraLand BSB City Semarang.....	34
Gambar 4. 4 Brand Name PT. Philips Indonesia.....	35

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas.....	25
Tabel 3. 2 Rekapitulasi Hasil Uji Reabilitas.....	26
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin.....	35
Tabel 4. 2 Usia.....	36
Tabel 4. 3 Pendidikan Terakhir.....	36
Tabel 4. 4 Pekerjaan.....	37
Tabel 4. 5 Pendapatan.....	37
Tabel 4. 6 Distribusi Frekuensi Responden terhadap Variable Green Product.....	38
Tabel 4. 7 Distribusi Frekuensi Responden terhadap Variable Brand Image.....	40
Tabel 4. 8 Distribusi Frekuensi Responden terhadap Variable Keputusan Pembelian.....	42
Tabel 4. 9 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	44
Tabel 4. 10 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	46