

PENGARUH *GREEN PRODUCT* DAN *GREEN ADVERTISING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SKINCARE* ORIFLAME PADA SPO 2235 PUPUAN

SKRIPSI



Diajukan kepada
Universitas Pendidikan Ganesha
Untuk Memenuhi salah satu persyaratan dalam Menyelesaikan
Program Sarjana Manajemen
Oleh
Ni Putu Ariyastini
NIM 19170401017

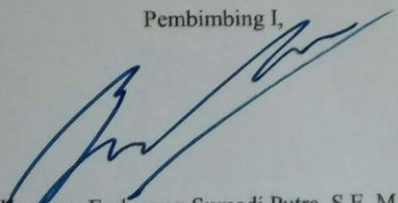
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
SINGARAJA
2023

SKRIPSI

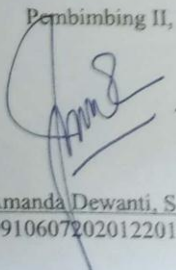
**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS
DAN MEMENUHI SYARAT-SYARAT UNTUK
MENCAPAI GELAR SARJANA MANAJEMEN**

Menyetujui

Pembimbing I,

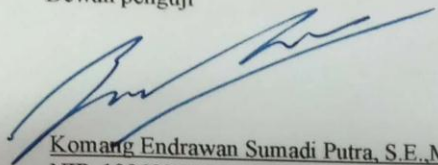

Komang Endrawan Sumadi Putra, S.E., M.M.
NIP. 198602112019031005

Pembimbing II,


Made Amanda Dewanti, S.E., M.M.
NIP. 199106072020122017

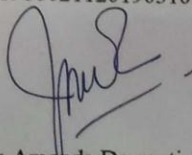
Skripsi oleh Ni Putu Ariyastini ini
Telah dipertahankan di depan dewan penguji
Pada tanggal 14 Juni 2023

Dewan penguji



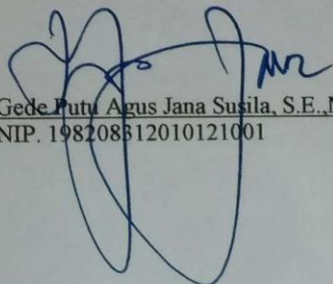
Komang Endrawan Sumadi Putra, S.E.,M.M.
NIP. 198602112019031005

(Ketua)



Made Amanda Dewanti, S.E.,M.M.
NIP. 199106072020122017

(Anggota)



Gede Putu Agus Jana Susila, S.E.,MBA.
NIP. 198208312010121001

(Anggota)

Diterima oleh Panitia Ujian Fakultas Ekonomi
Universitas Pendidikan Ganesha
guna memenuhi syarat-syarat untk mencapai gelar sarjana manajemen

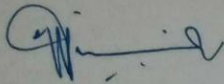
Pada :

Hari : Rabu

Tanggal : 14 Juni 2023

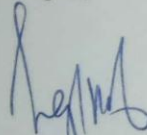
Mengetahui,

Ketua Ujian,



Dr. Dra. Ni Made Suci, M. Si.
NIP. 196810291993032001

Sekretaris Ujian,



Dr. Komang Krisna Heyanda, S.E., M.M.
NIP. 198309212015041001



Mengesahkan
Dekan Fakultas Ekonomi

Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., M.Si., AK., CA., CPA.
NIP. 197906162002121003

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul "Pengaruh *Green Product* Dan *Green Advertising* Terhadap Keputusan Pembelian *Skincare* Oriflame Pada SPO 2235 Pupuan" beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan dan pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko/saksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya saya ini atau ada klaim terhadap keaslian karya ini.

Singaraja, 12 Juni 2023

Yang membuat pernyataan,



Ni Putu Ariyastini
NIM. 1917041017

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kepada Ida Sang Hyang Widhi Wasa atas Asung Kerta Wara Nugraha-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Green Product dan Green Advertising Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Skincare Oriflame pada SPO 2235 Pupuan”**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan mencapai gelar sarjana manajemen pada Universitas Pendidikan Ganesha.

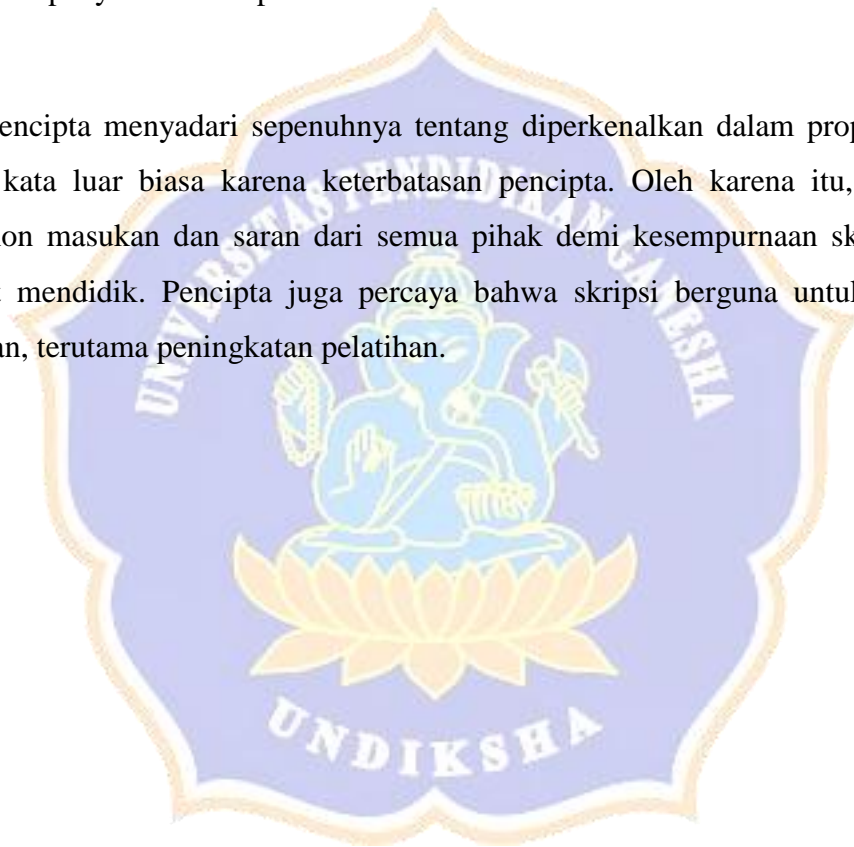
Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan baik berupa moral maupun material dari berbagai pihak. Untuk itu dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

- 1) Prof. Dr. I Wayan Lasmawan, M.Pd., selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
- 2) Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., M.Si., Ak., CA., CPA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
- 3) Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
- 4) Dr. Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
- 5) Komang Endranwan Sumadi Putra, S.E., M.M., selaku Pembimbing I dan sekaligus Pembimbing Akademi yang senantiasa memberikan motivasi, saran, bimbingan dan mengarahkan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
- 6) Made Amanda Dewanti, S.E., M.M., selaku Pembimbing II yang telah memberikan arahan, motivasi dan bimbingan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi tepat waktu.
- 7) Bapak dan Ibu dosen di jurusan Manajemen yang mendidik dan selalu memberikan saran selama penulis belajar di Jurusan Manajemen.
- 8) Kedua orang tua (Made Artika Dana dan Komang Srinadi), saudara (Ni made Arista Dewi), kakek, nenek, dan saudara lainnya, yang selalu memberikan

doa, kasih sayang, motivasi dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

- 9) Gusti Ngurah Tomi Wirama selaku kekasih penulis dan keluarganya yang selalu memberikan motivasi, semangat, arahan, dan menemani penulis selama menyusun skripsi ini.
- 10) Charma, Karin, Linda, Intan, dan Diki, selaku teman yang selalu memotivasi dan memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
- 11) Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Pencipta menyadari sepenuhnya tentang diperkenalkan dalam proposal ini sangat kata luar biasa karena keterbatasan pencipta. Oleh karena itu, Penulis memohon masukan dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini bersifat mendidik. Pencipta juga percaya bahwa skripsi berguna untuk semua kalangan, terutama peningkatan pelatihan.



Singaraja, 25 Mei 2023

Penulis

DAFTAR ISI

PRAKATA.....	i
ABSTRAK.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Pembatasan Masalah.....	6
1.4 Rumusan Masalah.....	6
1.5 Tujuan Penelitian.....	7
1.6 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN TEORI.....	8
2.1 Deskripsi Teoretis.....	8
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	8
2.1.2 <i>Green Product</i>	9
2.1.3 <i>Green Advertising</i>	11
2.2 Kajian Hasil Penelitian Yang Relevan.....	13
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	16
2.3.1 Hubungan <i>Green Product</i> dan <i>Green Advertising</i> terhadap Keputusan Pembelian <i>Skincare</i> Oriflame pada SPO 2235 Pupuan.....	16
2.3.2 Hubungan <i>Green Product</i> terhadap Keputusan Pembelian <i>Skincare</i> Oriflame pada SPO 2235 Pupuan.....	18
2.3.3 Hubungan <i>Green Advertising</i> terhadap Keputusan Pembelian <i>Skincare</i> Oriflame pada SPO 2235 Pupuan.....	18
2.4 Kerangka Berpikir.....	19
2.5 Hipotesis Penelitian.....	20

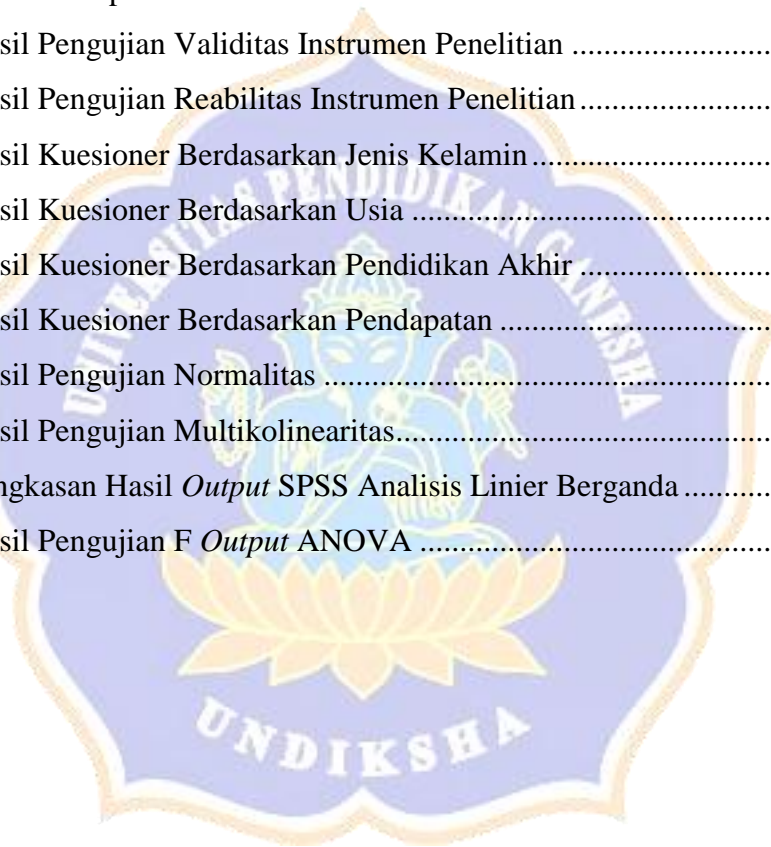
BAB III METODE PENELITIAN.....	21
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	21
3.2 Rancangan Penelitian.....	21
3.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	22
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian.....	22
3.5 Metode dan Instrumen Pengumpulan Data.....	23
3.5.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	24
3.5.2 Instrumen Pengumpulan Data.....	25
3.6 Metode dan Teknik Analisis Data.....	28
3.6.1 Metode Analisis Data.....	28
3.6.2 Teknik Analisis Data.....	29
3.6.2.1 Pengujian Asumsi Klasik.....	29
3.6.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda.....	31
3.6.2.3 Pengujian Hipotesis.....	32
3.6.2.4 Koefisien Determinan (R^2).....	32
BAB IV PEMBAHASAN.....	34
4.1 Deskripsi Data.....	34
4.2 Pengujian Asumsi Klasik.....	37
4.2.1 Pengujian Normalitas.....	37
4.2.2 Pengujian Multikolinearitas.....	38
4.2.3 Pengujian Heterokedastisitas.....	39
4.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	40
4.4 Analisis Koefisien Determinan (R^2).....	41
4.5 Pengujian Hipotesis.....	42
4.5.1 Pengaruh <i>Green Product</i> dan <i>Green Advertising</i> terhadap Keputusan Pembelian <i>Skincare</i> Oriflame pada SPO 2235 Pupuan.....	42
4.5.2 Pengaruh <i>Green Product</i> terhadap Keputusan Pembelian <i>Skincare</i> Oriflame pada SPO 2235 Pupuan.....	43
4.5.3 Pengaruh <i>Green Advertising</i> terhadap Keputusan Pembelian <i>Skincare</i> Oriflame pada SPO 2235 Pupuan.....	44

4.6 Pembahasan Hasil Penelitian.....	44
4.6.1 Pengaruh <i>Green Product</i> dan <i>Green Advertising</i> terhadap Keputusan Pembelian <i>Skincare</i> Oriflame pada SPO 2235 Pupuan.....	44
4.6.2 Pengaruh <i>Green Product</i> terhadap Keputusan Pembelian <i>Skincare</i> Oriflame pada SPO 2235 Pupuan.....	46
4.6.3 Pengaruh <i>Green Advertising</i> terhadap Keputusan Pembelian <i>Skincare</i> Oriflame pada SPO 2235 Pupuan.....	47
4.7 Keterbatasan Peneliti	49
4.8 Implikasi	49
 BAB V PENUTUP.....	 51
5.1 Rangkuman	51
5.2 Simpulan	52
5.3 Saran	53
 DAFTAR RUJUKAN	 54
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	59



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1.1 Data Penjualan Perusahaan <i>Skincare</i>	3
Tabel 1.2 Data Pengjualan <i>Skincare</i> pada SPO	4
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu yang Relevan	13
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian	24
Tabel 3.2 Hasil Pengujian Validitas Instrumen Penelitian	27
Tabel 3.3 Hasil Pengujian Reabilitas Instrumen Penelitian	28
Tabel 4.1 Hasil Kuesioner Berdasarkan Jenis Kelamin	34
Tabel 4.2 Hasil Kuesioner Berdasarkan Usia	35
Tabel 4.3 Hasil Kuesioner Berdasarkan Pendidikan Akhir	35
Tabel 4.4 Hasil Kuesioner Berdasarkan Pendapatan	36
Tabel 4.5 Hasil Pengujian Normalitas	37
Tabel 4.6 Hasil Pengujian Multikolinearitas	38
Tabel 4.7 Ringkasan Hasil <i>Output</i> SPSS Analisis Linier Berganda	40
Tabel 4.8 Hasil Pengujian F <i>Output</i> ANOVA	42



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	20
Gambar 4.1 Grafik <i>Scatterplots</i>	39

