

ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Green Advertising*, *Green Brand Image*, dan *Green Awareness* terhadap *Green Purchase Intention* konsumen *Galon Le Minerale* di Kabupaten Kebumen. Metode pengambilan sampel yang digunakan di penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Populasi dalam penelitian ini adalah Konsumen Galon Le Minerale yang pernah membeli dan mengkonsumsi produk Galon Le Minerale. Total sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data yang digunakan yaitu uji instrument validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik dan uji hipotesis dengan menggunakan program computer *SPSS 25.0 for windows*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua item pernyataan setiap variabel valid dan reliabel. Model penelitian memenuhi kretia uji asumsi klasik tidak terdapat multikolonieritas, heterokedastisitas, dan memenuhi asumsi normalitas. Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) diperoleh bahwa *Green Advertising* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *Green Purchase Intention* konsumen Galon Le Minerale, *Green Brnad Image* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *Green Purchase Intention* konsumen Galon Le Minerale, *Green Awareness* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *Green Purchase Intention* konsumen Galon Le Minerale. Sedangkan hasil uji simultan (uji f) menunjukkan bahwa, *Green Advertising*, *Green Brand Image*, dan *Green* secara simultan berpengaruh terhadap *Green Purchase Intention* konsumen *Galon Le Minerale* di Kabupaten Kebumen.

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of Green Advertising, Green Brand Image, and Green Awareness on Green Purchase Intention of Le Minerale gallon consumers in Kebumen Regency. The sampling method used in this study is non probability sampling with purposive sampling technique. The population in this study are Le Minerale Gallon Consumers who have bought and consumed Le Minerale Gallon products. The total sample in this study were 100 respondents. The data collection method used a questionnaire. The data analysis used is the validity and reliability instrument test, the classical assumption test and the hypothesis test using the SPSS 25.0 for windows computer program. The results of this study indicate that all statement items for each variable are valid and reliable. The research model fulfills the classic assumption test criteria, there is no multicollinearity, heteroscedasticity, and fulfills the assumption of normality. Based on the results of the partial test (t test) obtained that Green Advertising partially has a significant effect on Green Purchase Intention of Galon Le Minerale consumers, Green Brand Image partially has a significant effect on Green Purchase Intention of Galon Le Minerale consumers, Green Awareness partially has a significant effect on Green Purchase Intention of Galon Le Minerale consumers. While the results of the simultaneous test (f test) show that, Green Advertising, Green Brand Image, and Green simultaneously affect the Green Purchase Intention of Galon Le Minerale consumers in Kebumen Regency.

HALAMAN MOTTO

“Bersyukur, Bersabar, Berdoa, & Berusaha”



HALAMAN PERSEMBAHAN

Terima kasih kepada Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kebahagiaan, dan kelancaran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua tercinta Ibu Astuti dan Bapak R. Abbas Jasa Sudarmono yang selalu mendoakan, mendukung, memberikan semangat, motivasi, kekuatan, maupun bantuan finansial sehingga penulis bisa menjalani hidup dan dapat terus berjuang dalam mencapai segala cita dan impian yang ingin penulis wujudkan.
2. Seluruh keluarga besar yang selalu memberikan dukungan serta doa terbaiknya.
3. Rekan-rekan mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa angkatan 2020 terutama kelas MJRA kampus 2 Kemranjen, terimakasih atas dukungan dan kerjasamanya selama menempuh pendidikan.
4. Para dosen yang tanpa pamrih telah memberikan pengarahan serta bimbingan.
5. Almamater tercinta dan tempat yang menjadi harapan penulis dalam meraih cita-cita yakni Universitas Putra Bangsa.
6. Diri sendiri yang selalu berusaha dan mencoba melakukan lebih banyak dari keterbatasan yang dipunya sampai saat ini.
7. Terakhir, terimakasih untuk semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak memberikan semangat, dukungan serta motivasi selama penyusunan skripsi ini.

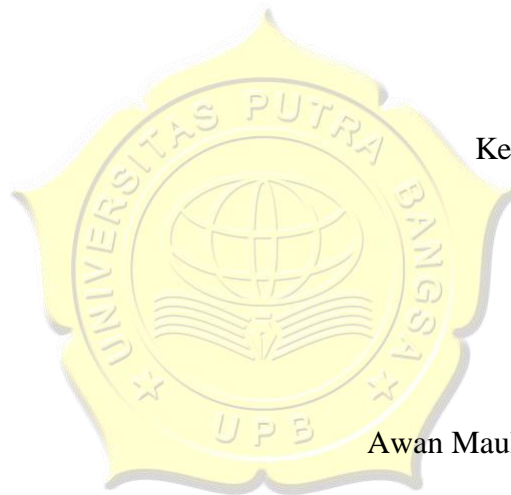
KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas segala karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh *Green Advertising*, *Green Brand Image*, dan *Green Awareness*, terhadap *Green Purchase Intention* (Studi Kasus Galon Le Minerale di Kabupaten Kebumen)”. Penulis skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memenuhi jenjang Sarjana Manajemen (S1), dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Program Manajemen Universitas Putra Bangsa (UPB) Kebumen. Skripsi ini merupakan salah satu tolak ukur keberhasilan penulis dalam mengimplementasikan ilmu yang didapat dibangku kuliah dengan realita kehidupan nyata khususnya dalam bidang penelitian ilmiah. Penulis menggunakan analisis berdasarkan teori serta bantuan beberapa literatur dengan segenap kemampuan yang ada oleh penulis. Tersusunya skripsi ini tidak terlepas dari peran semua pihak yang telah ikhlas dalam memberikan bantuan kepada penulis dari awal hingga selesai. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Ika Susilowati S.pd.,M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Segenap Dosen dan Civitas akademika Universitas Putra Bangsa Kebumen yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini
3. Segenap responden dalam penelitian ini yang sudah berkenan membantu memberikan jawaban mengenai Konsumen Galon Le Minerale.

4. Kedua orang tua tercinta yang selalu memberikan dukungan, doa serta motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
5. Pihak-pihak yang telah membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Dengan adanya keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki penulis, maka dengan kerendahan hati penulis mengharapkan saran dan kritik karena masih banyak kekurangan dan semoga hasil skripsi ini dapat bermanfaat.



Kebumen, 23 April 2024

Awan Maulana Putra Sudarmono

NIM. 205504315

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN.....	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME.....	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAKSI.....	viii
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Batasan Masalah.....	10
1.4. Tujuan Penelitian.....	14
1.5. Manfaat Penelitian.....	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	17
2.1.1. <i>Green Purchase Intention</i>	17
2.1.2. <i>Green Advertising</i>	18
2.1.3. <i>Green Brand Image</i>	21

2.1.4. <i>Green Awareness</i>	25
2.2. Penelitian Terdahulu.....	27
2.3. Hubungan Antar Variabel.....	34
2.4. Model Empiris	36
BAB III.....	38
METODE PENELITIAN.....	38
3.1. Objek dan Subjek Penelitian	38
3.1.1 Objek Penelitian.....	38
3.1.2 Subyek Penelitian.....	38
3.2. Variabel Penelitian	38
3.3. Definisi Operasional Variabel	39
3.3.1 <i>Green Purchase Intention (Y)</i>	39
3.3.2 <i>Green Advertising (X₁)</i>	41
3.3.3 <i>Green Brand Image (X₂)</i>	42
3.3.4 <i>Green Awareness (X₃)</i>	43
3.4. Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	44
3.5. Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.6. Populasi dan Sampel.....	47
3.7. Teknik Analisis.....	50
BAB IV	60
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	60
4.1. Gambaran Umum Subyek Penelitian	60
4.2. Analisis Deskriptif.....	62
4.3. Analisis Statistik.....	65
Tabel IV-5	66

Tabel 1V-8	68
2. Uji Reliabilitas	69
4.3.2 Uji Asumsi Klasik.....	70
4.3.4 Uji Hipotesis.....	76
1. Uji Parsial (Uji t)	76
2. Pengaruh <i>Green Brand Image</i> terhadap <i>Green Purchase Intention</i>	82
3. Pengaruh <i>Green Awareness</i> terhadap <i>Green Purchase Intention</i>	84
4. Pengaruh <i>Green Advertising, Green Brand Image, dan Green Awareness</i> Terhadap <i>Green Purchase Intention</i>	85
BAB V.....	87
SIMPULAN	87
5.1. Simpulan.....	87
5.2. Keterbatasan	88
5.3. Implikasi	88
5.3.1 Implikasi Praktis.....	89
5.3.2 Implikasi Teoritis	90
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN	95

DAFTAR TABEL

Tabel I-1 Data Penjualan Merk AMDK di Indonesia 2022	2
Tabel I - 2 Data Hasil Observasi Pengaruh <i>Green Purchase Intention</i> Pada Produk Galon Le Minerale di Kabupaten Kebumen	5
Tabel II - 1 Tabel Penelitian Terdahulu	32
Tabel III - 1 Indikator & Distribusi Kuesioer Variabel <i>Green Purchase Intention</i>	40
Tabel III - 2 Indikator & Distribusi Kuesioer Variabel <i>Green Advertising</i>	42
Tabel III - 3 Indikator & Distribusi Kuesioer Variabel <i>Green Brand Image</i>	43
Tabel III - 4 Indikator & Distribusi Variabel <i>Green Awareness</i>	44
Tabel IV - 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	62
Tabel IV - 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	63
Tabel IV - 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	64
Tabel IV - 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	65
Tabel IV - 5 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Green Advertising</i>	66
Tabel IV - 6 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Green Brand Image</i>	67
Tabel IV - 7 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Green Awareness</i>	67
Tabel IV - 8 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Green Purchase Intention</i>	68
Tabel IV - 9 Hasil Uji Reliabilitas	69
Tabel IV - 10 Hasil Uji Multikolinearitas	70
Tabel IV - 11 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	74
Tabel IV - 12 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	77
Tabel IV - 13 Hasil Uji Simultan (Uji f)	79
Tabel IV - 14 Hasil Koefisien Determinasi (R ²)	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar II - 1 Model Empiris.....	37
Gambar IV - 1 Hasil Uji Heterokedastisitas	72
Gambar IV - 2 Hasil Uji Normalitas	73



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran - 1 Kuesioner	95
Lampiran - 2 Identitas Responden	100
Lampiran - 3 Tabulasi Data.....	103
Lampiran - 4 Uji Statistik.....	108
Lampiran - 5 Tabel r	115
Lampiran - 6 Tabel t.....	118
Lampiran - 7 Tabel f	119
Lampiran - 8 Kartu Bimbingan	120
Lampiran - 9 Kartu Seminar Proposal	121

