

PENGARUH *GREEN MARKETING MIX* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PRODUK NIKE DI INDONESIA



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh:

Rizky Ali Munawar

B 100 190 118

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2023



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Jl. A Yani Tromol Pos 1, Pabelan Kartasura 57102 Ph.: (0271) 717417 Eks.461 Surakarta

FORM PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Kamis, 5 Januari 2023

Assalamu'alaikum wr wb.

Yang bertanda tangan dibawah ini Dosen Pembimbing skripsi menyatakan:

Nama Mahasiswa : Rizky Ali Munawar

NIM : B100190118

Judul Skripsi : Pengaruh Green Marketing Mix Terhadap Purchase
Intention Produk Nike Di Indonesia

Pembimbing : Dra. W. Mukharomah, M.M

Bahwa skripsi dari mahasiswa tersebut telah melakukan proses pembimbingan
sesuai prosedur yang telah ditetapkan dan disetujui untuk menempuh ujian skripsi.

Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terimakasih

Wasalamu'alaikum salam wr wb

Surakarta, 5 Januari 2023

Dosen Pembimbing

(Dra. W. Mukharomah, M.M)

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH GREEN MARKETING MIX TERHADAP PURCHASE INTENTION PRODUK NIKE DI INDONESIA

Yang disusun oleh :

Rizky Ali Munawar
B 100 190 118

Telah dipertahankan di depan dewan penguji

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Pada hari : Kamis, 12 Januari 2023

Dewan penguji :

1. Dra. Wafiatun Mukharomah, M.M. (.....) (Ketua Dewan Penguji)
2. Dr. Rini Kuswati, S.E., M.Si (.....) (Anggota I Dewan Penguji)
3. Dr. Muzakar Isa, S.E., M.Si (.....) (Anggota II Dewan Penguji)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta
(Prof. Dr. Anton Agus Setyawan, SE., M.Si)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartosuro Telp. (0271) 717417 Surakarta--57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **RIZKY ALI MUNAWAR**
NIM : **B 100 190 118**
Jurusan : **EKONOMI MANAJEMEN**
Judul Skripsi : **“PENGARUH GREEN MARKETING MIX
TERHADAP PURCHASE INTENTION PRODUK
NIKE DI INDONESIA”**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan gelar atau ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 5 Januari 2023

Yang membuat pernyataan,


RIZKY ALI MUNAWAR

MOTTO

“Sesungguhnya sesudah kesulitan ada kemudahan”

(Q.S. Al-Insyirah: 5)

*“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan batas
kesanggupannya”*

(Q.S. Al-Baqarah: 286)

*“Pastikan Anda menikmati hari ini, jam ini, dan detik ini. Sebab esok akan
berubah menjadi sebuah kenangan”*

(Rizky Ali Munawar)

PERSEMBAHAN

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Pengaruh *Green Marketing Mix* Terhadap *Purchase Intention* Produk Nike Di Indonesia. Karya sederhana ini penulis persembahkan untuk:

1. Allah SWT yang selalu memberikan nikmat lahir maupun batin, sehingga penulis diberi kemudahan dan kelancaran dalam penyusunan skripsi ini.
2. Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan perubahan pada zaman Jahiliyah menuju zaman Islamiyah.
3. Kepada kedua orang tua saya, terutama Ibu yang selalu ada dalam setiap waktu.
4. Kepada kakak yang selalu memberikan dukungan, motivasi, dan arahan untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Teman-teman satu angkatan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah berjuang bersama untuk menyelesaikan skripsi dengan rasa sabar.
6. Almamaterku, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *green marketing mix* terhadap *purchase intention* produk Nike di Indonesia. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Indonesia yang memiliki niat beli produk Nike. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *purposive sampling* dengan jumlah 100 responden yang sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan *skala likert* 1 - 5. Alat analisis data yang digunakan adalah *SmartPLS* versi 3. Hasil analisis pada penelitian ini menunjukkan bahwa *green product* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*, *green price* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*, *green place* tidak memiliki pengaruh terhadap *purchase intention*, dan *green promotion* berpengaruh positif signifikan terhadap *purchase intention*.

Kata Kunci: *Green product*, *Green price*, *Green place*, dan *Green promotion*.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Green Marketing Mix on Purchase Intention of Nike products in Indonesia. The method used in this research is a quantitative method. The population in this study are Indonesian people who have the intention to buy Nike products. The sampling technique used in this study was purposive sampling with a total of 100 respondents according to predetermined criteria. The data source used in this study is primary data and the data collection method uses a questionnaire with a Likert scale of 1 - 5. The data analysis tool used is SmartPLS version 3. The results of the analysis in this study indicate that green product has a positive and significant effect on purchase intention, green price has a positive significant effect on purchase intention, green place has no influence on purchase intention, and green promotion has a positive and significant effect on purchase intention.

Keywords: Green product, Green price, Green place, dan Green promotion.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT. yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi dengan judul “*Pengaruh Green Marketing Mix Terhadap Purchase Intention Produk Nike Di Indonesia*”. Skripsi ini disusun untuk melengkapi sebagian syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Dengan pengetahuan dan kemampuan yang terbatas, penulis menyadari bahwa hasil penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kesalahan dan kekurangan, sehingga penulisan skripsi ini jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis memperkenankan memberi kritik dan saran sebagai masukan untuk kedepan demi kesempurnaan skripsi ini.

Penulis juga mengucapkan terima kasih setulus-tulusnya kepada semua pihak yang terlibat yang telah memberikan bantuan dan dukungan, baik secara langsung ataupun tidak langsung sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Anton Agus Setyawan, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Ibu Dr. Rini Kuswati, S.E., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

3. Bapak Imron, S.E., M.Si., selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan selama penulis menempuh masa studi.
4. Ibu Dra. W. Mukharomah, M.M., selaku pembimbing skripsi yang telah memberikan ilmu, arahan, bimbingan dan motivasi selama proses penyusunan skripsi.
5. Seluruh dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan ilmu dan pengalaman bermanfaat kepada penulis selama masa studi.
6. Kedua orang tua saya, Bapak Eko Prabowo dan Ibu Yuni Widyastuti beserta keluarga yang telah memberikan doa, cinta, kasih sayang, dan dukungan sepenuh hati yang tiada henti.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surakarta, 5 Januari 2023

Penulis

Rizky Ali Munawar

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Sistematika Penulisan Skripsi	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Tinjauan Teori.....	9
B. Penelitian Terdahulu	18
C. Hipotesis Penelitian.....	22
D. Kerangka Pemikiran.....	25
BAB III METODE PENELITIAN	27
A. Jenis Penelitian.....	27
B. Populasi dan Sampel Penelitian	27
C. Data dan Metode Pengumpulan Data.....	28
D. Variabel Operasional.....	28
E. Definisi Operasional Variabel.....	29
F. Skala Pengukuran Variabel	31
G. Metode Analisis Data	32

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	36
A. Gambaran Umum Penelitian	36
B. Hasil Analisis Pengukuran Variabel (<i>Outer Model</i>).....	39
C. Hasil Analisis Pengukuran Variabel (<i>Inner Model</i>)	46
D. Hasil Uji Hipotesis	47
E. Pembahasan.....	49
BAB V PENUTUP	53
A. Kesimpulan	53
B. Keterbatasan.....	53
C. Saran.....	54
LAMPIRAN	55
DAFTAR PUSTAKA.....	72

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	29
Tabel 3.2 Tabel Skor Skala Likert	32
Tabel 4.1 Deskripsi Berdasarkan Jenis Kelamin.....	36
Tabel 4.2 Deskripsi Berdasarkan Usia	37
Tabel 4.3 Deskripsi Berdasarkan Uang Saku.....	37
Tabel 4.4 Deskripsi Berdasarkan Kepemilikan Produk Nike	38
Tabel 4.5 Deskripsi Berdasarkan Pembelian Produk Nike	39
Tabel 4.6 Nilai Outer Loading	41
Tabel 4.7 Nilai AVE	42
Tabel 4.8 Nilai Fornell-Lacker Cricerion.....	43
Tabel 4.9 Cronbach's Alpha dan Composite Reliability	43
Tabel 4.10 Nilai VIF	45
Tabel 4.11 Nilai R Square	46
Table 4.12 Hasil Model Fit	47
Table 4.13 Hasil Path Coefficient (Direct Effect).....	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	26
Gambar 4.1 <i>Outer Model</i>	40

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	56
Lampiran 2 Data Karakteristik Responden	62
Lampiran 3 Tabulasi Kuesioner	63
Lampiran 4	68
1. Uji Validitas.....	68
2. Uji Reliabilitas	69
3. Uji Multikolinearitas.....	70
Lampiran 5	70
1. Uji R Square	70
2. Goodness of Fit.....	70
Lampiran 6 Path Coefficient	71
Lampiran 7 Inner VIF Value	71