

**Pengaruh *Green Perceived Value*, *Green Perceived Risk* dan *Green Trust*
Terhadap *Green Purchase Intention The Body Shop* di Wilayah
Karasidenan Surakarta**



Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Oleh:

NUR RAHMAWATI IDA ROSIANA
B 100 130 106

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

2017

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul :
**Pengaruh *Green Perceived Value*, *Green Perceived Risk* dan *Green Trust*
Terhadap *Green Purchase Intention* The Body Shop di Wilayah Karasidenan
Surakarta**

Yang disusun oleh :

NUR RAHMAWATI IDA ROSIANA

B 100 130 106

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk
diterima

Surakarta, 12 Agustus 2017

Pembimbing Utama


(Muzakar Isa., SE, M.Si)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Drs. Syamsuddin, SE, M.M)

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp (0271) 717417 Surakarta - 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **NUR RAHMAWATI IDA ROSIANA**
NIM : **B 100 130 106**
Jurusan : **MANAJEMEN**
Judul Skripsi : ***Pengaruh Green Perceived Value, Green Perceived Risk dan Green Trust Terhadap Green Purchase Intention The Body Shop di Wilayah Karasidenan Surakarta***

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 hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 12 Agustus 2017

Yang membuat pernyataan,



NUR RAHMAWATI IDA ROSIANA

B 100 130 106

MOTTO

"Man Jadda Wajada (Siapa bersungguh-sungguh pasti berhasil)

Man Shabara Zhafira (Siapa yang bersabar pasti beruntung)

Man Sara Ala Darbi Washala (Siapa Menapaki Jalan-Nya akan sampai ke tujuan)"

Learn from yesterday, live for today, hope for tomorrow

(Albert Einstein)

Bermimpilah tentang apa yang ingin kamu impikan,
pergilah ke tempat-tempat kamu ingin pergi, jadilah
seperti yang kamu inginkan, karena kamu hanya memiliki
satu kehidupan dan satu kesempatan untuk melakukan hal-
hal yang ingin kamu lakukan

(Khalil Gibran)

Everything will come those we keep trying determination and

patience

(Edison)

PERSEMBAHAN

- Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunianya. Taburan kasih sayang-Nya yang telah memberikan kekuatan, kemudahan, kelancaran, serta kesabaran yang telah diberikan untukku dalam menyelesaikan skripsi ini.
- Saya persembahkan cinta dan sayangku kepada kedua orang tuaku dan adikku yang telah menjadi motivasi juga inspirasi yang tiada hentinya memberikan dukungan serta doanya demi kelancaran saya selama ini.
- Terimakasih juga saya ucapkan kepada dosen pembimbing skripsi saya yaitu Bapak Muzakar Isa S.E., M.Si yang senantiasa sabar dan bijak dalam memberikan dukungan serta arahan.
- Terimakasih juga untuk para sahabatku yang selalu memberikan semangat serta selalu menemaniku di saat susah dan senang (Ecik, Ulfi, Bella, Inna, Furry, Putri, Kiki, Nina, dan lain-lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu) Terimakasih banyak, tiada yang indah tanpa kalian semua.
- Teruntuk teman-teman kelas C angkatan 2013 terimakasih karena selalu senantiasa membantu, dan terimakasih untuk kebersamaanya selama berada di bangku perkuliahan.

**Pengaruh *Green Perceived Value*, *Green Perceived Risk* dan *Green Trust*
Terhadap *Green Purchase Intention The Body Shop* di Wilayah Karasidenan
Surakarta**

Oleh:
Nur Rahmawati Ida Rosiana
NIM: B100130106

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Pengaruh *green perceived value* terhadap *green purchase intention The Body Shop* di wilayah Karasidenan Surakarta (2) Pengaruh *green perceived risk* terhadap *green purchase intention The Body Shop* di wilayah Karasidenan Surakarta (3) Pengaruh *Green Trust* terhadap *Green Purchase Intention The Body Shop* di wilayah Karasidenan Surakarta. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen dari *The Body Shop* sebanyak 100 responden dengan teknik pengambilan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yaitu menggunakan analisis regresi linear berganda, uji asumsi klasik, uji F, uji koefisien determinasi (R^2) dan uji t. hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh secara parsial antara variabel independen dengan variabel dependen. Analisis data uji F diketahui bahwa atribut *green perceived value*, *green perceived risk* dan *green trust* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap *green purchased intention The Body Shop* di wilayah Karasidenan Surakarta.

Kata Kunci: *Green Marketing*, *Green Perceived Value*, *Green Perceived Risk*, *Green Trust*, *Green Purchased Intention*

***The influence of Green's Perceived Value, Perceived Risk and Green Trust
against the Green Purchase Intention of The Body Shop in the area
Karasidenan of Surakarta***

By:
Nur Rahmawati Ida Rosiana
NIM: B100130106

ABSTRACT

This research aims to know the: (1) the influence of perceived value green against green purchase intention of The Body Shop in Karasidenan area of Surakarta (2) influence of perceived risk green against green purchase intention of The Body Shop in the region of Surakarta Karasidenan (3) the influence of the Green Trust against the Green Purchase Intention of The Body Shop in the locality of Karasidenan. This research using quantitative methods. The sample in this research is the consumer of The Body Shop as much as 100 respondents with engineering data retrieval using the questionnaire. Technique of data analysis that is using multiple linear regression analysis, classic assumption test, test, test the determination of the coefficient F (R^2) and test t . results of the research there shows the influence of partially between independent variable with the dependent variable. Analysis of test data F note that green attributes perceived value, perceived risk and green green trust are jointly significant effect against green purchased intention of The Body Shop in the locality of Karasidenan.

Keywords: Green Marketing, Green's Perceived Value, Perceived Risk, Green Green Trust, Green Purchased Intention

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “PENGARUH *GREEN PERCEIVED VALUE*, *GREEN PERCEIVED RISK* DAN *GREEN TRUST* TERHADAP *GREEN PURCHASE INTENTION* *THE BODY SHOP* DI WILAYAH KARASIDENAN SURAKARTA”

Skripsi ini disusun untuk melengkapi salah satu syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Dengan ini penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan tersusun dengan baik tanpa adanya bantuan dari pihak-pihak terkait. Oleh karena itu, pada kesempatan ini tidak lupa juga penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Sofyan Anif, M.Si., selaku rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Drs. Syamsuddin, S.E, M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Dr. Anton Agus Setyawan, S.E, M.Si., selaku Ketua Jurusan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

4. Bapak Muzakar Isa, S.E, M.Si., selaku pembimbing utama yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan dengan penuh kesabaran serta kebijaksanaan dari awal sampai akhir.
5. Bapak Drs. Sujadi, M.M., selaku pembimbing akademik yang selalu memberikan masukan, bimbingan dan nasihatnya yang membangun.
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang senantiasa memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis selama masa studi.
7. Bapak dan Ibu tercinta yang selalu memberikan bantuan moril dan materiil sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan dalam penulisan skripsi ini.
8. Dan semua pihak yang telah ikut serta memberikan bantuan dan semangat dalam proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini belum dapat mencapai tingkat kemampuan yang diharapkan, maka penulis merasa sangat berterimakasih apabila diantara pembaca ada yang memberikan saran atau kritik yang membantu penulis dalam mengembangkan dan memperluas wawasan sebagai proses pembelajaran diri.

Akhir kata penulis mengucapkan permohonan maaf yang sebesar-besarnya apabila dalam penyusunan skripsi ini terdapat banyak kesalahan. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan semua kalangan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surakarta, 12 Agustus 2017

Penulis

Nur Rahmawati Ida Rosiana

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
E. Sistematika Penulisan Skripsi	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Landasan Teori	10
B. Hubungan Antar Variabel	19
C. Penelitian Terdahulu	22
D. Kerangka Pemikiran	24
BAB III METODE PENELITIAN	25
A. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	25
B. Populasi dan Sampel	29
C. Jenis dan Sumber Data	30
D. Metode Pengumpulan Data	30
E. Metode Analisis Data	31
F. Uji Hipotesis	36

BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
	A. Karakteristik Responden	38
	B. Analisis Data dan Pembahasan	41
	C. Pembahasan	51
BAB V	PENUTUP	57
	A. Simpulan	57
	B. Keterbatasan Penelitian	57
	C. Saran	57
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel IV.1 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
Tabel IV.2 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia	39
Tabel IV.3 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan	39
Tabel IV.4 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan	40
Tabel IV.5 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian .	40
Tabel IV.6 Hasil Uji Validitas Green Perceived Value (X1)	41
Tabel IV.7 Hasil Uji Validitas Green Perceived Risk (X2)	42
Tabel IV.8 Hasil Uji Validitas Green Trust (X3)	42
Tabel IV.9 Hasil Uji Validitas Green Purchased Intention (Y)	43
Tabel IV.10 Hasil Uji Reliabilitas	43
Tabel IV.11 Hasil Pengujian Regresi Linear Berganda	45
Tabel IV.12 Hasil Uji Normalitas	45
Tabel IV.13 Hasil Uji Multikolinearitas	46
Tabel IV.14 Hasil Uji Heteroskedastisitas	47
Tabel IV.15 Hasil Uji Statistik F	48
Tabel IV.16 Hasil Uji R^2	49
Tabel IV.17 Hasil Uji Statistik t	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	24
-------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Hasil Analisis Data Responden

Lampiran 3 Uji Validitas

Lampiran 4 Uji Reliabilitas

Lampiran 5 Uji Regresi

Lampiran 6 Tabel r