

**PENGARUH GREEN MARKETING MIX DAN BRAND IMAGE
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
(Studi Kasus Konsumen *The Body Shop* Kota Padang)**

SKRIPSI



Oleh :

GIVANO ALDEA
1710070530101

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS BAITURRAHMAH
PADANG
2021**

Givano Aldea

**Pengaruh *Green Marketing Mix* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan
Pembelian Produk (Studi Kasus Konsumen *The Body Shop* Kota Padang)**

IX + 81 halaman + 20 tabel + 3 gambar + 2 Grafik + 7 lampiran

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel *green marketing mix* dan *brand image* terhadap keputusan pembelian produk. Jenis data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif yang berupa kuisioner dari konsumen *the body shop* Kota Padang. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen *the body shop* Kota Padang yang jumlahnya tidak diketahui.

Hasil Uji -t menunjukkan bahwa *green marketing mix* dan *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *the body shop* Kota Padang dengan nilai t hitung untuk *green marketing mix* 2,889 dengan ($\text{sig}=0,005<0,05$) dan *brand image* dengan nilai t hitung 5,253 dengan nilai ($\text{sig}=0,000<0,05$) dengan $\text{df } 96 - 2 = 94$ maka diperoleh t tabel sebesar 1,661.

Hasil Uji-F menunjukkan bahwa *green marketing mix* dan *brand image* secara bersama -sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *the body shop* Kota Padang dengan hasil uji F diketahui bahwa nilai F hitung $> F_{\text{tabel}}$ atau $32,529 > 2,307$ dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($p<0,05$).

Dari hasil analisis koefisien determinan diperoleh nilai R Adjusted Square (R^2) sebesar 0.412 hal ini berarti 41,2% variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel *green marketing mix* dan *brand image*, sedangkan sisanya (58,8%) dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci : *Green Marketing Mix*, *Brand Image* dan Keputusan Pembelian

Daftar bacaan : 31 (2015-2020)

PERNYATAAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Green Marketing Mix* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi Kasus Konsumen *The Body Shop* Kota Padang).


Nama : Givano Aldea

NPM : 1710070530101

Skripsi ini telah diperiksa, disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Baiturrahmah dan dinyatakan LULUS dalam Ujian Komprehensif Pada Tanggal 25 Juli 2021.

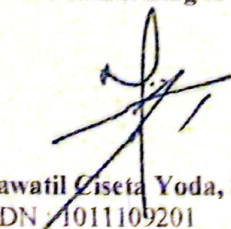
Komisi Pembimbing

Pembimbing I



Harry Wahyudi, S.E., M.Si
NIDN : 1007046401

Pembimbing II



Tilawatil Ciseta Yoda, S.E., M. Si
NIDN : 1011109201

Pengesahan

UNIVERSITAS BAITURRAHMAH
FAKULTAS EKONOMI
DEKAN



Yefri Reswita, S.E., M. Si., Akt,
NIDN : 1027017001

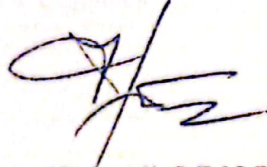
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

Judul Skripsi : Pengaruh *Green Marketing Mix* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi Kasus Konsumen *The Body Shop* Kota Padang).

Nama : Givano Aldea
NPM : 1710070530101
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi

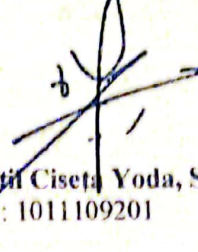
Komisi Pembimbing

Pembimbing I



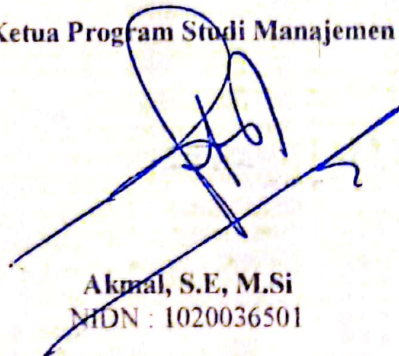
Harry Wahyudi, S.E, M.Si
NIDN : 1007046401

Pembimbing II



Tilawati Ciseti Yoda, S.E., M. Si
NIDN : 1011109201

Ketua Program Studi Manajemen



Akmal, S.E, M.Si
NIDN : 1020036501

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Givano Aldea
NPM : 1710070530101
Program Studi : Fakultas Ekonomi
Peminatan : Manajemen
Jenjang : Sastra 1

Menyatakan bahwa saya tidak melakukan kegiatan plagiat dalam penulisan skripsi saya yang berjudul : Pengaruh *Green Marketing Mix* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi Kasus Konsumen *The Body Shop* Kota Padang).

Apabila suatu saat nanti terbukti saya melakukan tindakan plagiat, maka saya akan menerima sanksi yang telah ditetapkan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Padang, 4 September 2021

Givano Aldea
NPM 1710070530101