

**PENGARUH *GREEN MARKETING* DAN *LIFESTYLE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
SKINCARE LOKAL LACOCO**

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Untuk Menyusun Skripsi S1 Program Studi Manajemen**



Diajukan Oleh :

**MUHAMMAD FEBIANSYA' SUBEKTI
17012010210/FEB/EM**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
JAWA TIMUR
2022**

SKRIPSI

**PENGARUH *GREEN MARKETING* DAN *LIFESTYLE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
SKINCARE LOKAL LACOCO**

Disusun Oleh :

MUHAMMAD FEBIANSYA' SUBEKTI
17012010210/FEB/EM


Telah Dipertahankan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi
Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan
Nasional "Veteran" Jawa Timur Pada
Tanggal : 21 Oktober 2022

**Koordinator Program Studi
Manajemen**



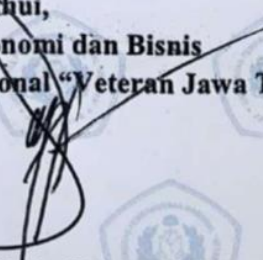
Sulastris Irbayuni, S.E., M.M.
NIP. 196801081989031001

Pembimbing Utama



Sugeng Purwanto SE., MM
NIP. 196801081989031001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur



11 JAN 2023

Prof. Dr. Syamsul Huda, S.E., M.T.
NIP. 195908281990031001

KATA PENGANTAR

Assalammu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT, Tuhan Yang Maha Kuasa yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal ini dengan judul “**Pengaruh *Green Marketing* dan *Lifestyle* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Lokal Lacoco.**”

Penulisan proposal ini disusun guna memenuhi syarat-syarat untuk penyelesaian Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Dalam penyusunan proposal skripsi ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih atas bantuan dari berbagai pihak. Penulis ingin berterima kasih kepada:

1. Allah SWT, Alhamdulillah atas berkat dan ridho-Nya lah, penyusunan skripsi ini bisa terselesaikan. Penulis juga panjatkan puji dan syukur atas kemudahan-kemudahan yang selama ini telah diberikan oleh Allah SWT dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Ir.Akhmad Fauzi, MMT selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Prof. Dr. Syamsul Huda, SE., MT selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Ibu Sulastri Irbayuni, SE., MM selaku Koordinator Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

5. Bapak Sugeng Purwanto SE., MM selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, masukan, saran, petunjuk dan perhatian hingga penulisan penelitian ini selesai.
6. Terimakasih kepada orang tua atas segala doa, pengorbanan, dan dukungan yang tiada tara baik secara moril maupun materiil dan segala kasih sayang.
7. Terima kasih kepada Erika Fitri Ardiana atas support dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi.
8. Serta semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang turut membantu dalam memberikan semangat dalam penyusunan skripsi ini, saya banyak mengucapkan terima kasih.

Demikian kata pengantar yang penulis sampaikan, penulis menyadari bahwa penyusunan proposal skripsi penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan. Akhir kata semoga proposal skripsi ini bisa bermanfaat bagi para pembaca dan pihak-pihak khususnya dalam bidang manajemen.

Wassalammu 'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Surabaya, 09 Juni 2022

Penulis

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Febiansya' Subekti

NPM : 17012010210

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

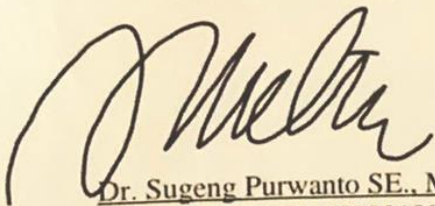
**PENGARUH *GREEN MARKETING* DAN *LIFESTYLE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE LOKAL LACOCO.**

Merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukan merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Surabaya, 20 September 2022

Mengetahui
Dosen Pembimbing



Dr. Sugeng Purwanto SE., MM
NIP. 196801081989031001

Yang menyatakan



Muhammad Febiansya' Subekti
NPM : 17012010210

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
BAB II.....	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori	10
2.2 Tinjauan Teori.....	12
2.2.1 Pengertian Green Marketing.....	12
2.2.2 Konsep Green Marketing.....	13
2.2.3 Faktor-faktor Penting Dalam Green Marketing	14
2.2.4 Hambatan Green Marketing	16
2.2.5 Upaya Untuk Mengatasi Hambatan Green Marketing.....	17
2.3 Gaya Hidup	19
2.3.1 Pengertian Gaya Hidup	19
2.3.2 Faktor Yang Mempengaruhi Gaya Hidup	19
2.4 Keputusan Pembelian.....	21
2.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian	21

2.4.2 Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	22
2.4.3 Proses Pengambilan Keputusan.....	27
2.5 Hubungan Antar Variabel	30
2.5.1 Pengaruh <i>Green Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian	30
2.5.2 Pengaruh <i>Lifestyle / Gaya Hidup</i> terhadap Keputusan Pembelian	30
2.6 Kerangka Konseptual	32
2.7 Hipotesis	32
BAB III	33
METODOLOGI PENELITIAN	33
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	33
3.1.1 Definisi Operasional Variabel.....	33
3.1.2 Pengukuran Variabel	36
3.2 Teknik Penentuan Sampel	37
3.2.1 Populasi	37
3.2.2 Sampel.....	37
3.3 Teknik Pengumpulan Data	38
3.3.1 Jenis Data.....	38
3.3.2 Sumber Data	38
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	39
3.5 Uji Validitas dan Reabilitas	39
3.5.1 Uji Validitas	39
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	39
3.6 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	40
3.6.1 Teknik Analisis Data	40
3.7 Model Indikator Refleksif dan Indikator Formatif	42
3.7.1 Model Indikator Refleksif.....	42

3.7.2 Model Indikator Formatif	43
3.7.3 Kepuasan Metode Partial Least Square (PLS).....	44
3.7.4 Asumsi PLS	52
3.7.5 Ukuran Sampel	52
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas.....	57
4.2.5 Deskripsi Hasil Variabel <i>Green Marketing</i> (X1)	58
4.2.6 Deskripsi Hasil Variabel <i>Lifestyle</i> (X2).....	61
4.2.6 Deskripsi Hasil Variabel Keputusan Pembelian (Y)	65
4.3.1 Evaluasi Outliner.....	67
4.3.2 Interpretasi Hasil PLS.....	69
4.4.1 Pengaruh <i>Green Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian	78
4.4.2 Pengaruh <i>Lifestyle</i> Terhadap Keputusan Pembelian	78
BAB V	80
5.1 Kesimpulan.....	80
5.2 Saran.....	80
LAMPIRAN	81
DAFTAR PUSTAKA.....	104

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Timbulan Sampah Tahunan Indonesia.....	2
Gambar 1.2 5 Skincare Favorit Pembeli 2020.....	4
Gambar 1.3 Data 10 Brand Skincare Lokal 2022.....	5
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	30
Gambar 3.1 Model Indikator Refleksi.....	40
Gambar 3.2 Model Indikator Formatif.....	41
Gambar 3.3 Diagram Jalur PLS.....	44
Gambar 4.1 Gambar Outer Model dengan <i>Factor Loading</i> , <i>Path Coefficient</i> dan <i>R-Square</i>	77

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala Pengukuran Jawaban Responden.....	34
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	57
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	58
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas.....	59
Tabel 4.5 Frekuensi Hasil Variabel <i>Green Marketing</i>	60
Tabel 4.6 Frekuensi Hasil Variabel <i>Lifestyle</i>	63
Tabel 4.7 Frekuensi Hasil Keputusan Pembelian.....	67
Tabel 4.8 Data Outlier.....	70
Tabel 4.9 Data Outer Loadings.....	71
Tabel 4.10 Cross Loadings.....	73
Tabel 4.11 <i>Average Variance Exctracted</i>	74
Tabel 4.12 <i>Composite Reliability</i>	75
Tabel 4.13 <i>Latent Variabel CorrelationS</i>	76
Tabel 4.14 R – Square	78

Tabel 4.15 Path Coefficients.....79

**Pengaruh Green Marketing dan Lifestyle Terhadap Minat Beli Produk
Skincare Lokal Lacoco**

Oleh : Muhammad Febiansya' Subekti

17012010210

ABSTRAKSI

Sampah semakin menjadi masalah besar ketika jumlah sampah yang semakin bertambah dan sulit untuk didaur ulang. Dan salah satu penyumbang terbesar sampah yang sulit terurai adalah dari kemasan skincare. ”. PT Avo Innovation Technology dan PT Natural Nusantara bekerja sama untuk menciptakan produk kecantikan dari bahan alami dengan kualitas terbaik. Selain fokus terhadap kualitas produk, menjaga alam, meningkatkan biodiversitas, dan juga daur ulangnya pun diperhatikan oleh produk ini dan menjadi salah satu prioritas Lacoco. Dikarenakan produk Lacoco ini baru dan kandungan alami yang digunakan cukup menarik perhatian masyarakat, Sehingga dibuktikan dari data penjualan e commerce menurut compas menduduki peringkat pertama periode 2020. Namun,pada tahun 2021, Penjualan lacoco di e-commerce mengalami penurunan. Diduga karena pengaruh green marketing dan lifestyle. Tujuan terlaksananya penelitian ini adalah untuk mengamati pengaruh yang ditimbulkan dari keputusan pembelian Lacoco. Dengan mengadopsi metode non probability sampling dalam mengambil sampel penelitian serta mengadopsi teknik convenience sampling. Terdapat 75 responden yang kemudian data yang berhasil dihimpun dari para responden dapat dianalisis dengan Partial Least Square (PLS). Penelitian ini memperoleh bahwa konsumen yang membeli produk lacoco ini terpengaruh dikarenakan green marketing dan lifestyle.

Kata Kunci: Green marketing, lifestyle, buying decision.