

**ANALISIS PENGARUH GREEN PRODUCT DAN CITRA MEREK TERHADAP
MINAT BELI PADA PRODUK “THE BODY SHOP” DI SIDOARJO**

SKRIPSI



Diajukan oleh:

NADHIFATUL AZIZAH PUTRI BACHTIAR

20012010101/FEB/EM

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"**

JAWA TIMUR

2024

**ANALISIS PENGARUH GREEN PRODUCT DAN CITRA MEREK TERHADAP
MINAT BELI PADA PRODUK “THE BODY SHOP” DI SIDOARJO**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Untuk Menyusun Skripsi S-1 Program Studi Manajemen



Diajukan oleh:

NADHIFATUL AZIZAH PUTRI BACHTIAR

20012010101/FEB/EM

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR**

2024

SKRIPSI


**ANALISIS PENGARUH GREEN PRODUCT DAN CITRA MEREK TERHADAP
MINAT BELI PADA PRODUK "THE BODY SHOP" DI SIDOARJO**

Disusun Oleh :

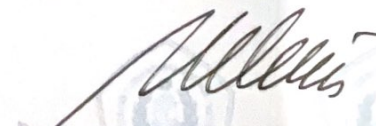
NADHIFATUL AZIZAH PUTRI BACHTIAR
19012010302 / FEB / EM

Telah Dipertahankan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal : 12 September 2024

**Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**


Dr. Wiwik Handayani, SE, M.Si
NIP. 196901132021212003

Pembimbing Utama


Dr. Sugeng Purwanto, S.E., M.M
NIP. 196801081989031001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur


Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Aks., CMA., CRA CRP
NIP. 196304201991032001

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nadhifatul Azizah Putri Bachtiar
NPM : 20012010101
Fakultas /Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/ Manajemen
Judul Skripsi/Tugas Akhir : Analisis Pengaruh *Green Product* Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Pada Produk “ THE BODY SHOP” DI Sidoarjo.

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN “Veteran” Jawa Timur maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan di setujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun, sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN “Veteran” Jawa Timur.

Surabaya, 12 September 2024

Yang Menyatakan



(Nadhifatul Azizah Putri Bachtiar)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kekuatan dan anugerah Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul " Analisis Pengaruh *Green Product* Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Pada Produk The Body Shop Di Sidoarjo" disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Green Product* Dan Citra Merek dalam konteks Minat pembelian pada masyarakat di Sidoarjo. Penulis berharap bahwa temuan penelitian ini akan meningkatkan pengetahuan.

Tentunya tidak terlepas dari dukungan dan bimbingan dari banyak pihak. Oleh karena itu, dengan rasa hormat penulis ucapkan terimakasih kepada semua pihak yang sudah memberikan dukungan dan membantu penulis dalam menyelesaikan proposal skripsi ini. Penulis ingin mengungkapkan penghargaan yang paling mendalam kepada semua orang yang telah membantu dengan cara apapun. Penulis ucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT. Selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, Msi, CRP. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Dr. Wiwik Handayani. S.E., M.Si Selaku Koordinator Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
4. Bapak Dr. Sugeng Purwanto, S.E.,M.M., selaku dosen pembimbing yang

membimbing penulis dalam menyelesaikan proposal skripsi ini. Memberikan saran dan solusi untuk memudahkan penulis menyelesaikan skripsi ini.

5. Papa Bachtiar dan Mama Tinuk, serta kedua adik selaku keluarga penulis yang selalu mendukung dan memberikan semangat, serta doa baik kepada penulis. Sekaligus sebagai hadiah pembuktian penulis terhadap keluarga inti, atas keberhasilan mendidik dan perjuangan untuk penulis bisa mendapatkan gelar sarjana.
6. Saudari Vanessa, selaku sahabat sekaligus saudari bagi penulis yang akan penulis ingat selalu, yang bersedia untuk bertukar pikiran, saling mendukung, saling berbagi waktu, dan saling menghibur.
7. Saudari Radyta, selaku sahabat dan saudari penulis yang akan penulis ingat selalu, yang bersedia untuk bertukar pikiran, saling mendukung dari jauh, saling berbagi waktu, dan saling menghibur.
8. Sudara Yudha, Verrol, Nabil, Lutfi, Agam, Dirga, Raffi, Rangga, Hikam, Daffa, selaku saudara bagi penulis yang akan penulis ingat selalu, yang bersedia untuk bertukar pikiran, saling mendukung, saling berbagi waktu, dan saling menghibur.
9. Saudari Novia, Bella, Nabila, Cindy selaku saudari yang akan penulis ingat selalu, yang bersedia untuk bertukar pikiran, saling mendukung dari jauh, saling berbagi waktu, dan saling menghibur

Atas dukungan dari semua pihak, akhirnya proposal skripsi penulis dapat diselesaikan. Karya Tulis ini masih jauh dari kesempurnaan, tetapi penulis sudah

berusaha sebaik mungkin. penulis mengharapkan adanya kritik serta saran yang membangun agar dapat diperbaiki di masa mendatang. Sekali lagi penulis ucapkan terima kasih. Akhir kata penulis, semoga karya tulis ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan.

Surabaya, 01 Mei 2024

Peneliti

Nadhifatul Azizah Putri Bachtiar

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
BAB II.....	13
TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Tinjauan Teori.....	17
2.2.1 Green Product.....	17
2.2.1.1 Karakteristik <i>Green Product</i>	18
2.2.1.2 Indikator <i>Green Product</i>	18
2.2.2 Citra Merek	19
2.2.2.1 Indikator <i>Green Product</i>	20
2.2.3 Minat Beli	21
2.2.3.1 Pengertian Minat Beli	21
2.2.3.2 Faktor-Faktor yang mempengaruhi Minat Beli	22
2.2.3.3 Indikator Minat Beli.....	22
2.3 Hubungan Antar Variabel	23
2.3.1 Hubungan antara <i>Green Product</i> terhadap Minat Beli	23
2.3.2 Hubungan antara Citra Merek terhadap Minat Beli	24
4.2 Kerangka Konseptual	25

2.5 Hipotesis	25
BAB III.....	26
METODOLOGI PENELITIAN.....	26
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	26
3.2 Teknik Penentuan Sampel	29
3.2.1 Populasi.....	29
3.2.2 Sampel.....	29
3.3.1 Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.3.1 Jenis data	31
3.3.2 Sumber Data.....	31
3.3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.4 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	31
BAB IV.....	37
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	37
4.1.1 Profil Perusahaan	37
4.1.2 Visi Dan Misi Perusahaan.....	39
4.1.3 Logo Perusahaan	41
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	41
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden	41
4.2.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
4.2.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Latar Belakang.....	42
4.2.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	43
4.2.2 Deskripsi Data Penelitian.....	43
4.2.2.1 Deskripsi Variabel <i>Green Product</i> (X1)	44
4.2.2.2 Deskripsi Variabel Citra Merek (X2).....	46
4.2.2.3 Deskripsi Variabel Minat Pembelian (Y)	49
4.3 Analisis Data.....	51
4.3.1 Hasil Interpretasi PLS	51
4.3.3.1 Outer Model (Model Pengukuran dan Validitas Indikator).....	52
4.3.3.2 Gambar Outer Model	57

4.3.3.3 Inner Model (Pengujian Model Struktural).....	57
4.3.3.4 Pengujian Hipotesis.....	59
4.4 Pembahasan.....	60
4.4.1 Pengaruh <i>Green Product</i> terhadap Minat Pembelian	60
4.4.2 Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Pembelian.....	62
BAB V.....	64
PEMBAHASAN	64
5.1 Kesimpulan	64
5.2 Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN.....	71
<i>Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values, P-Values)</i>	77
Outer Loadings.....	78
Latent Variable Correlations.....	78
R Square.....	78
Cross Loading	79
Construct Reliability and Validity	79

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Komparasi Brand kategori body mist (%)	4
Tabel 1. 2 Komparasi Brand Kategori body butter (%)	4
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Latar Belakang	42
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	43
Tabel 4. 4 Deskripsi Variabel Green Product	44
Tabel 4. 5 Deskripsi Variabel Citra Merek (x2)	46
Tabel 4. 6 Deskripsi Variabel Minat Pembelian(Y).....	49
Tabel 4. 7 Outer Loadings.....	52
Tabel 4. 8 Cross Loading	54
Tabel 4. 9 Average variance extracted (AVE).....	54
Tabel 4. 10 Composite Realibity.....	55
Tabel 4. 11 Latent Variable Correlations.....	56
Tabel 4. 12 Gambar Outer Model dengan factor loading, Path Coefficient dan R-Square.....	57
Tabel 4. 13 R-Square.....	58
Tabel 4. 14 Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values, P-Values).....	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Slogan The Body Shop.....	3
Gambar 1. 2 Penjualan produk The body Shop pada <i>E-commerce</i>	5
Gambar 1. 3 Hasil Pra-survei Responden	6
Gambar 1. 4 Sumber Hasil Pra-survei Responden.....	6
Gambar 1. 5 Sumber Hasil Pra-survei Responden.....	7
Gambar 1. 6 Sumber Hasil Pra-survei Responden.....	7
Gambar 1. 7 Sumber Hasil Pra-survei Responden.....	8
Gambar 1. 8 Sumber Hasil Pra-survei Responden.....	9
Gambar 1. 9 Sumber Hasil Pra-survei Responden.....	10
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	25
Gambar 3. 1 Diagram PLS	34
Gambar 4. 1 Logo Perusahaan The Body Shop	41
Gambar 4. 2 Gambar Inner Model dengan nilai signifikansi T-Statistic Bootstraping	60

**ANALISIS PENGARUH GREEN PRODUCT DAN CITRA MEREK
TERHADAP MINAT BELI PADA PRODUK “THE BODY SHOP”
DI SIDOARJO**

Oleh :

NADHIFATUL AZIZAH PUTRI BACHTIAR
20012010101/FEB/EM

Abstrak

Perkembangan tren kecantikan yang sedang digandrungi oleh para wanita kini telah menjadi suatu hal yang besar meliputi penggunaan *skincare* maupun *bodycare* The Body Shop sebagai salah satu pilar perusahaan yang mengedapankan produk yang menggunakan bahan alami serta citra merek yang mendukung berbagai aspek dalam minat pembelian konsumen.

Tujuan dari penelitian mengetahui pengaruh *Green Product* dan Citra Merek terhadap Minat Pembelian dengan menggunakan objek penelitian produk The Body Shop pada masyarakat di Sidoarjo. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini masyarakat yang berdomisili di Sidoarjo. Adapun sampel pada penelitian ini sebanyak 112 responden masyarakat di Sidoarjo yang mengetahui produk The Body Shop.

Seluruh pengujian dengan menggunakan Aplikasi SmartPLS menunjukkan bahwa seluruh pengujian mendapatkan nilai diatas nilai yang telah diprasyaratkan agar pengujian tersebut dinyatakan reliabel. Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif, analisis data berupa statistic deskriptif dan analisis PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Green Product* berkontribusi dalam minat pembelian produk The Body Shop pada masyarakat di Sidoarjo. Kemudian pada Citra Merek berkontribusi dalam Minat pembelian produk The Body Shop di Sidoarjo.