



**PENGARUH *GREEN PRODUCT*, *GREEN PRICE*, DAN
ENVIRONMENTAL AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK THE BODY SHOP DI KOTA
SURAKARTA**

SKRIPSI

**Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan Pendidikan
Strata-1 Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial
Dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro**

Penyusun

Nama : Adhila Inyustisia

NIM : 14030119120021

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2022

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI/TA*)

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

1. Nama Lengkap : Adhila Inyustisia
2. Nomor Induk Mahasiswa : 14030119120021
3. Tempat / Tanggal Lahir : Boyolali, 24 Juli 2001
4. Jurusan / Program Studi : Administrasi Bisnis
5. Alamat : Perumahan Graha Mandiri 1 E8-9 Kemiri
Mojosongo, Boyolali

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah (Skripsi/TA) yang saya tulis berjudul:

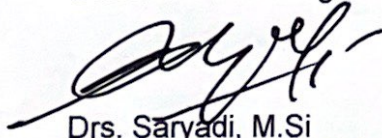
Pengaruh *Green Product*, *Green Price*, dan *Environmental Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop di Kota Surakarta

Adalah benar-benar **Hasil Karya Ilmiah Tulisan Saya Sendiri**, bukan hasil karya ilmiah orang lain dan juga tidak mengandung plagiasi dari sumber informasi lainnya. Hal ini diperkuat dengan hasil uji kemiripan Turnitin yang kurang dari 20%. Apabila dikemudian hari ternyata karya ilmiah yang saya tulis itu terbukti bukan hasil karya ilmiah saya sendiri atau hasil plagiasi karya orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan hasil karya ilmiah saya dengan seluruh implikasinya, sebagai akibat kecurangan yang saya lakukan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab.

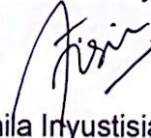
Semarang, 18 Juli 2023

Mengetahui,
Dosen Pembimbing



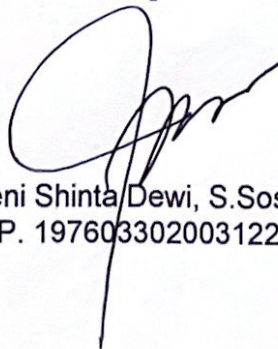
Drs. Saryadi, M.Si
NIP.196011161990011001

Pembuat Pernyataan,



Adhila Inyustisia
NIM.14030119120021

Ketua Program Studi



Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos., M.Si.
NIP. 197603302003122001

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Green Product*, *Green Price*, dan
Environmental Awareness terhadap Keputusan Pembelian
Produk The Body Shop di Kota Surakarta

Nama Penyusun : Adhila Inyustisia

NIM : 14030119120021

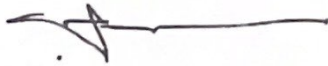
Jurusan : Administrasi Bisnis

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Strata I
pada Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro.

Semarang, 18 Juli 2023

Dekan

Wakil Dekan I



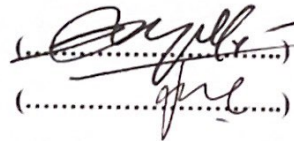
Prof. Dr. Drs. Hardi Warsono, M.T.P.
NIP. 19640827 199001 1 001



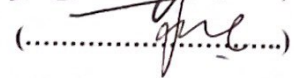
Dr. Drs. Teguh Yuwono, M.Pol. Admin
NIP. 19690822 199403 1 003

Dosen Pembimbing

1. Drs. Saryadi, M.Si
2. Dr. Sari Listyorini, S.Sos, M.Si



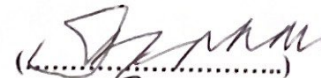
(.....)



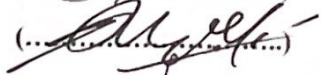
(.....)

Dosen Penguji


1. Prof. Drs. Sudharto P. H., MES, Ph.D.
2. Drs. Saryadi, M.Si
3. Dr. Sari Listyorini, S.Sos, M.Si



(.....)



(.....)



(.....)

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Hatiku tenang ketika mengetahui bahwa apa yang melewatkan ku tidak akan pernah menjadi takdirku, dan apa yang ditakdirkan untukku tidak akan pernah melewatkan ku”

(Umar bin Khattab)

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua saya, ayah dan bunda yang selalu memberikan doa, dukungan, dan kasih sayang yang begitu besar, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Kakak dan seluruh saudara saya yang selalu memberikan semangat dan hiburan untuk saya.
3. Diri sendiri yang sudah berjuang untuk segala pencapaian hingga saat ini.
4. Teman dekat penulis, Rizki, Ragil, Zhulfani, Hana, Aida, Fauzia, dan Angga yang selalu mendengarkan keluh kesah penulis hingga saat ini, dan selalu mendukung baik dalam keadaan suka maupun duka, serta terus menyempatkan menghabiskan waktu bersama.
5. Teman kuliah penulis, Isda Khairunnisa yang sejak awal perkuliahan hingga saat ini selalu membantu dan memberikan dukungan, serta mewarnai hari-hari saya selama menjalani perkuliahan.
6. Seluruh dosen administrasi bisnis UNDIP yang selalu sabar dalam memberikan materi pelajaran.
7. Teman – teman administrasi bisnis 2019 yang senantiasa memberikan pengalaman berkuliah dengan penuh suka dan cita.

**PENGARUH *GREEN PRODUCT*, *GREEN PRICE*, DAN
ENVIRONMENTAL AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK THE BODY SHOP DI KOTA SURAKARTA**

ABSTRAK

Beberapa tahun ini, perhatian terhadap pentingnya lingkungan semakin memberi pengaruh dalam dunia bisnis. Kesadaran akan produk *environmentally friendly* semakin meningkat seperti halnya perusahaan kosmetik global yang peduli pada alam dan memiliki *value* terhadap sosial dan lingkungan, serta kandungan bahan alami seperti produk yang dimiliki The Body Shop. Produk *Body mist* dan *Body Butter* The Body Shop masuk menjadi *Top Brand* sejak tahun 2019 pada kategori perawatan pribadi dan tahun 2021 mendapat masing-masing skor 49,6% dan 44,4%. Namun pada tahun 2022 mengalami penurunan index menjadi 44,9% dan 41,5%. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *green product*, *green price*, dan *environmental awareness* terhadap keputusan pembelian konsumen. Jenis penelitian ini adalah *explanatory research* dengan jumlah sampel sebanyak 96 responden, diambil menggunakan teknik *non-probability sampling* dan metode penelitian *accidental sampling*. Analisis data dilakukan menggunakan *Software SPSS Statistics 26*. Hasil penelitian menunjukkan *green product*, *green price*, dan *environmental awareness* berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini mendukung teori perilaku konsumen dalam proses keputusan pembelian. Keterbatasan penelitian ini adalah masih terlalu general pada pelaksanaannya karena belum spesifik pada produk tertentu dari objek penelitian. Saran untuk penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan menambahkan variabel lain seperti kualitas produk.

Kata Kunci: *Green Product*, *Green Price*, *Environmental Awareness*, Keputusan Pembelian

THE EFFECT OF GREEN PRODUCT, GREEN PRICE, AND ENVIRONMENTAL AWARENESS ON PURCHASING DECISIONS FOR THE BODY SHOP PRODUCTS IN SURAKARTA CITY

ABSTRACT

In recent years, concern about the importance of the environment has been increasingly influencing the business world. The awareness of environmentally friendly products is increasing as well as global cosmetic companies that care about nature and have social and environmental values, as well as natural ingredients such as The Body Shop's products. The Body Shop's Body Mist and Body Butter products have been the Top Brands since 2019 in the personal care category and in 2021 received a score of 49.6% and 44.4% respectively. However, in 2022 the index will decrease to 44.9% and 41.5%. The purpose of this study was to determine the effect of green product, green price, and environmental awareness on consumer purchasing decisions. This type of research is explanatory research with a sample size of 96 respondents, taken using non-probability sampling techniques and accidental sampling research methods. The results showed that green product, green price, and environmental awareness have a effect on consumer purchasing decisions. This research supports the theory of consumer behaviour in the purchasing decision process. The limitation of this research is that still too general in its implementation because it is not specific yet to a particular product of the research object. Suggestions for further research can be carried out in other regions to get diverse results and can add other variables such as brand image.

Keywords: *Green Product, Green Price, Environmental Awareness, Purchase Decision*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Tuhan yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Green Product*, *Green Price*, dan *Environmental Awareness* terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop di Kota Surakarta”

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari banyak pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, khususnya kepada:

1. Prof. Dr. Drs. Hardi Warsono, M.T.P. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi.
2. Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos, M.Si selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.
3. Drs. Saryadi, M.Si selaku dosen pembimbing 1 yang telah membimbing penulis dalam penyusunan skripsi.
4. Dr. Sari Listyorini, S.Sos, M.AB selaku dosen pembimbing 2 sekaligus dosen penguji yang telah membimbing penulis dalam penyusunan skripsi.
5. Prof. Drs. Sudharto Prawata Hadi, MES, Ph.D. selaku dosen wali sekaligus dosen penguji yang telah membantu selama perkuliahan.
6. Seluruh dosen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah memberikan ilmu bermanfaat selama masa kuliah.
7. Semua pihak yang telah membantu penyusunan skripsi yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, maka dari itu kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk kesempurnaan skripsi ini. Besar harapan penulis, skripsi ini dapat menambah wawasan pembaca dan menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

Semarang, 18 Juli 2023
Penulis

Adhila Inyustisia

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN	ii
KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI)	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	20
1.3 Tujuan Penelitian	22
1.4 Kegunaan Penelitian.....	23
1.5 Kerangka Teori.....	24
1.5.1 Perilaku Konsumen.....	24
1.5.2 Keputusan Pembelian	29
1.5.3 <i>Green Marketing</i>	36
1.5.4 <i>Green product</i>	40
1.5.5 <i>Green price</i>	44
1.5.6 <i>Environmental awareness</i>	48
1.6 Hubungan Variabel Independen dengan Variabel Dependen	51
1.6.1 Hubungan variabel <i>Green product</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	51
1.6.2 Hubungan variabel <i>Green price</i> terhadap Keputusan Pembelian	52
1.6.3 Hubungan variabel <i>Environment Awareness</i> terhadap Keputusan Pembelian	53
1.6.4 Hubungan variabel <i>Green product, Green price, dan Environment Awareness</i> terhadap Keputusan Pembelian	53
1.7 Penelitian Terdahulu	56
1.8 Hipotesis.....	57
1.9 Definisi Konsep.....	58
1.9.1 <i>Green product (X1)</i>	58
1.9.2 <i>Green price (X2)</i>	58
1.9.3 <i>Environmental awareness (X3)</i>	59
1.9.4 Keputusan Pembelian (Y).....	59
1.10 Definisi Operasional.....	60
1.10.1 <i>Green product (X1)</i>	60
1.10.2 <i>Green price (X2)</i>	61
1.10.3 <i>Environmental awareness (X3)</i>	61
1.10.4 Keputusan Pembelian (Y).....	63
1.11 Metode Penelitian.....	633
1.11.1 Tipe Penelitian	633
1.11.2 Populasi dan Sampel.....	64
1.11.2.1 Populasi	64
1.11.2.2 Sampel	644
1.11.3 Teknik Pengambilan Sampel	655

1.11.4	Jenis dan Sumber Data.....	666
1.11.4.1	Jenis Data.....	666
1.11.4.2	Sumber Data.....	67
1.11.5	Skala Pengukuran.....	677
1.11.6	Teknik Pengumpulan Data.....	688
1.11.7	Teknik Pengolahan Data.....	69
1.11.8	Instrumen Penelitian.....	700
1.11.9	Teknik Analisis.....	71
1.11.9.1	Uji Validitas.....	711
1.11.9.2	Uji Reliabilitas.....	722
1.11.9.3	Uji Koefisien Korelasi.....	73
1.11.9.4	Uji Koefisien Determinasi (KD).....	73
1.11.9.5	Analisis Regresi.....	744
1.11.9.5.1	Analisis Regresi Linear Sederhana.....	744
1.11.9.5.2	Analisis Regresi Berganda.....	75
1.11.9.6	Uji Signifikansi.....	76
1.11.9.6.1	Uji Parsial (Uji t-test).....	76
1.11.9.6.2	Uji Simultan (Uji F-Test).....	78
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN THE BODY SHOP.....		800
2.1	Sejarah Perkembangan The Body Shop.....	800
2.2	Logo Perusahaan.....	811
2.3	Visi dan Misi Perusahaan The Body Shop.....	833
2.3.1	Visi Perusahaan.....	833
2.3.2	Misi Perusahaan.....	833
2.4	Values The Body Shop.....	844
2.5	Produk dan Layanan.....	866
2.5.1	Produk.....	866
2.5.2	Layanan.....	922
2.6	Identitas Responden.....	922
2.6.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	933
2.6.2	Responden Berdasarkan Usia.....	933
2.6.3	Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	944
2.6.4	Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	955
2.6.5	Responden Berdasarkan Pendapatan per bulan.....	955
2.6.6	Responden Berdasarkan Pembelian dan Frekuensi Jenis Produk.....	966
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN.....		988
3.1	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	988
3.1.1	Uji Validitas.....	988
3.1.2	Uji Reliabilitas.....	1022
3.2	Analisis dan Hasil Interpretasi Penelitian.....	1044
3.2.1	Hasil Interpretasi Variabel <i>Green product</i> (X1).....	1044
3.2.2	Hasil Interpretasi Variabel <i>Green price</i> (X2).....	1111
3.2.3	Hasil Interpretasi Variabel <i>Environmental awareness</i> (X3).....	1177
3.2.4	Hasil Interpretasi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	1233
3.3	Analisis Data.....	1300
3.3.1	Pengaruh <i>Green product</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	1300
3.3.2	Pengaruh <i>Green price</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	1333
3.3.3	Pengaruh <i>Environmental awareness</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	1366
3.3.4	Pengaruh <i>Green product</i> , <i>Green price</i> , dan <i>Environmental awareness</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	1400

3.3.5 Pembahasan	1444
BAB IV PENUTUP	1533
4.1 Kesimpulan	1533
4.2 Saran	1555
DAFTAR PUSTAKA	1588
LAMPIRAN.....	1611

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Review</i> Konsumen <i>Body mist</i> The Body Shop	13
Gambar 1.2 <i>Review</i> Konsumen <i>Hand & Nail Cream</i> The Body Shop.....	14
Gambar 1.3 <i>Review</i> Konsumen <i>Hand Cream</i> The Body Shop.....	18
Gambar 1.4 Kerangka Hipotesis.....	58
Gambar 1.5 Kurva Uji t.....	77
Gambar 2.1 Logo Perusahaan.....	822
Gambar 2.2 Contoh Produk Skin Care	88
Gambar 2.3 Contoh Produk Make Up.....	89
Gambar 2.4 Contoh Produk Body Care.....	89
Gambar 2.5 Contoh Produk Hair Care	90
Gambar 2.6 Contoh Produk Fragrance	90
Gambar 2.7 Contoh Produk Men's Care	91
Gambar 2.8 Contoh Produk Accessories.....	91

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index Fase I The Body Shop.....	12
Tabel 1.2 Penelitian Terdahulu	56
Tabel 1.3 Top Brand Index Fase I The Body Shop.....	73
Tabel 2.1 Produk The Body Shop	877
Tabel 2.2 Layanan The Body Shop.....	92
Tabel 2.3 Jenis Kelamin Responden	93
Tabel 2.4 Usia Responden.....	94
Tabel 2.5 Pendidikan Terakhir Responden	94
Tabel 2.6 Pekerjaan Responden	95
Tabel 2.7 Pendapatan Rata-rata Responden	96
Tabel 2.8 Pembelian dan Frekuensi Jenis Produk.....	96
Tabel 3.1 Uji Validitas Variabel <i>Green product</i>	99
Tabel 3.2 Uji Validitas Variabel <i>Green price</i>	1000
Tabel 3.3 Uji Validitas Variabel <i>Environmental awareness</i>	1000
Tabel 3.4 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	1011
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas	1013
Tabel 3.6 Distribusi Jawaban Responden pada Variabel <i>Green Product</i>	1015
Tabel 3.7 Kategorisasi Variabel <i>Green Product</i>	10110
Tabel 3.8 Distribusi Jawaban Responden pada Variabel <i>Green Price</i>	10111
Tabel 3.9 Kategorisasi Variabel <i>Green Price</i>	10116
Tabel 3.10 Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel <i>Environmental awareness</i> . ..	1177
Tabel 3.11 Kategorisasi Variabel <i>Environmental Awareness</i>	10123
Tabel 3.12 Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel Keputusan Pembelian	1244
Tabel 3.13 Kategorisasi Variabel Keputusan Pembelian	10129
Tabel 3.14 Koefisien Korelasi <i>Green product</i> Terhadap Keputusan Pembelian	1300
Tabel 3.15 Koefisien Determinasi <i>Green product</i> Terhadap Keputusan Pembelian ...	1301
Tabel 3.16 Analisa Regresi Linear Sederhana <i>Green product</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	1302
Tabel 3.17 Koefisien Korelasi <i>Green price</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	1344
Tabel 3.18 Koefisien Determinasi <i>Green price</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	1304
Tabel 3.19 Analisa Regresi Linear Sederhana <i>Green price</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	1305
Tabel 3.20 Koefisien Korelasi <i>Environmental Awareness</i> Terhadap Keputusan Pembelian	1347
Tabel 3.21 Koefisien Determinasi <i>Environmental awareness</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	1388
Tabel 3.22 Analisa Regresi Linear Sederhana <i>Environmental awareness</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	1388
Tabel 3.23 Koefisien Korelasi <i>Green product, Green price, dan Environmental awareness</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	13440
Tabel 3.24 Koefisien Determinasi <i>Green product, Green price, dan Environmental awareness</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	13441
Tabel 3.25 Analisa Regresi Linear Berganda <i>Green product, Green price, dan Environmental awareness</i> Terhadap Keputusan Pembelian	142
Tabel 3.26 <i>Green product, Green price, dan Environmental awareness</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	143

Tabel 3.27 Rekapitulasi Olah Data H1-H4	144
--	-----