

PENGARUH *ECO-LABELLING*, *ECO-BRAND* DAN *ENVIROMENTAL ADVERTISING* TERHADAP NIAT BELI PRODUK TISU MEREK TESSA

(Studi Pada Masyarakat di Kecamatan Gunungpati, Semarang)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi syarat
guna menyelesaikan studi akhir dan untuk memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis

Universitas Stikubank

Semarang



Oleh :

Nama : Novita Dwi Alifiyani

Nim : 16.05.51.0201

Program Studi : S1 Manajemen

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS STIKUBANK

SEMARANG

2020

HALAMAN PERSETUJUAN



Manuskrip Skripsi ini telah memenuhi syarat dan kepada penyusun disetujui untuk mengikuti ujian pendadaran skripsi dengan judul:

**PENGARUH *ECO-LABELLING*, *ECO-BRAND*, DAN *ENVIROMENTAL ADVERTISING* TERHADAP NIAT BELI PRODUK TISU MEREK TESSA
(Studi Pada Masyarakat di Kecamatan Gunungpati, Semarang)**

Oleh :

Nama : Novita Dwi Alifiyani

Nim : 16.05.51.0201

Program Studi : S1 Manajemen

**Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Stikubank
Semarang**

Semarang, 4 Agustus 2020
Dosen Pembimbing

Dr. Dra. R.A. M. KHUJEN, M.M

NIDN: 0622035701

HALAMAN PENGESAHAN




PENGARUH *ECO-LABELLING*, *ECO-BRAND*, DAN *ENVIROMENTAL ADVERTISING* TERHADAP NIAT BELI PRODUK TISU MEREK TESSA
(Studi pada Masyarakat di Kecamatan Gunungpati, Semarang)

Oleh:

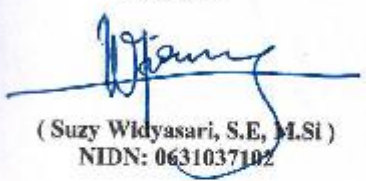
Nama : Novita Dwi Alifiyani
Nim : 16.05.51.0201
Program Studi : S1 Manajemen

Skripsi ini telah dipertahankan didepan Dewan Penguji dan telah diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang pada tanggal 24 Agustus 2020

SUSUNAN DEWAN PENGUJI
Pembimbing merangkap Penguji I


(Dr. Dra. R.A. Marhen, M.M)
NIDN: 0622035701

Penguji II


(Suzy Widyasari, S.E., M.Si)
NIDN: 0631037102

Penguji III


(Drs. Bambang Suttedjo, M.M)
NIDN: 0628036101

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis


(Dr. Eris Soliha, S.E., M.Si)
NIDN: 0627037101

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama : Novita Dwi Alifiyani

NIM :16.05.51.0201

Program Studi : Strata 1(S1) Manajemen

Menyatakan bahwa SKRIPSI yang saya susun dengan judul :

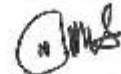
PENGARUH *ECO-LABELLING*, *ECO-BRAND*, DAN *ENVIRONMENTAL ADVERTISING* TERHADAP NIAT BELI PRODUK TISU MEREK TESSA

(Studi pada Masyarakat di Kecamatan Gunungpati, Semarang) tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan, pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri dan tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saaya salin, tiru atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut diatas, baik secara sengaja maupun tidak disengaja, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri itu. Bahwa kemudian hari saya terbukti melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dan hasil ujian skripsi.

Semarang, 4 Agustus 2020

Yang menyatakan,



Novita Dwi Alifiyani
(16.05.51.0201)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya tulis ini saya persembahkan kepada :

1. Alm. Bapak saya dan Ibu yang saya cintai senantiasa memberikan motivasi, dukungan, doa dan kasih sayang sepanjang masa.
2. Adik saya Nadila, Kholiq yang telah mendengarkan keluh kesah serta menyemangati
3. Dosen pembimbing Dr. Dra. R.A. Marlien, M.M yang telah membantu dan memberikan motivasi serta memberikan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Teman dan sahabat yang selalu memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini Dinada Pranditiyas, Mariatul Kibtiyah, Tiara Mei Nanda Sari, Rivi Mudma'inah, Kharismatika Wijayanti, Dian Pratiwi.
5. Teman satu bimbingan yang telah memberikan masukan dan memotivasi skripsi ini Monita, Adelia, Cindy
6. Almamaterku Fakultas Ekonomika dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Stikubank Semarang.

Novita Dwi Alifiyani

MOTTO

Man Jadda Wajada

“ Siapa yang Bersungguh-Sungguh, ia akan Berhasil”

Terkadang, kesulitan harus kamu rasakan terlebih dulu sebelum kebahagiaan yang sempurna datang kepadamu

-R.A. Kartini-

Meraih masa depan yang cerah tidak akan mudah.

Kamu harus mau berkorban untuk mendapatkan hal tersebut.

B.J. Habibie

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *eco-labelling*, *eco-brand*, dan *enviromental advertising* terhadap niat beli produk tisu merek tessa. Penelitian ini mengambil objek pada masyarakat di Kecamatan Gunungpati, Semarang. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel dengan cara *insidental sampling*. Jumlah responden yang digunakan sebanyak 100 orang di Kecamatan Gunungpati, Semarang. Pengambilan data dilakukan dengan cara membagikan kuesioner. Hasil penelitian ini disimpulkan bahwa variabel *eco-labelling* tidak berpengaruh terhadap niat beli produk tisu merek Tessa. Variabel *eco-brand* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli produk tisu merek Tessa. *Enviromental advertising* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli produk tisu merek Tessa. *Eco-brand* menjadi variabel paling dominan mempengaruhi niat beli produk tisu merek Tessa.

Kata Kunci : *Eco-Labelling*, *Eco-Brand*, dan *Enviromental Advertising*, Niat beli

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of eco-labeling, eco-brand, and environmental advertising on purchase intention of Tessa brand tissue products. This study took the object of the community in Gunungpati District, Semarang. This study uses a sampling technique by means of incidental sampling. The number of respondents used was 100 people in Gunungpati District, Semarang. Data were collected by distributing questionnaires. The results of this study concluded that the eco-labeling variable had no effect on the purchase intention of Tessa brand tissue products. The eco-brand variable has a positive and significant effect on purchase intention of Tessa brand tissue products. Environmental advertising has a positive and significant effect on purchase intention of Tessa brand tissue products. Eco-brand is the most dominant variable affecting the purchase intention of Tessa brand tissue products.

Keywords: Eco-Labeling, Eco-Brand, and Environmental Advertising, Purchase Intention

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya, dan pertolongan-Nya sehingga dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul: “ Pengaruh *Eco-Labeling, Eco-Brand, Dan Enviromental Advertising* terhadap Niat beli Produk Tisu Merek Tessa (Studi pada Masyarakat di Kecamatan Gunungpati, Semarang)” skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat sarjana Manajemen Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.

Dalam proses penelitian dan penyusunan laporan penelitian dalam skripsi ini, penulis tidak luput dari hambatan dan kendala. Penulis dalam menghadapi hambatan dan kendala dapat dihadapi dengan adanya bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua saya, Alm. Mochamad Sodiq selaku bapak dan Umayah selaku ibu, Nadila Nurul Safitri selaku adik, serta saudara dan kerabat, terima kasih atas doa dan dukungan yang diberikan kepada saya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Dr. Safik Faozi, M.Hum. selaku *Rektor* Universitas Stikubank Semarang.
3. Dr. Euis Soliha, S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang yang telah memberikan bimbingan kepada penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Sri Sudarsi , S.E., M.Si. selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.
5. Ibu Dr. Dra. R.A. Marlien., M.M, selaku Pembimbing Skripsi yang telah mengorbankan waktu, tenaga, pikiran dan memberikan motivasi serta

memberikan saran kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

6. Bapak dan Ibu Dosen serta keluarga besar Fakultas Ekonomika dan Bisnis yang telah memberikan ilmu tanpa batas kepada penulis.
7. Teman dan sahabat yang selalu memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini Dinada Pranditias, Mariatul Kibtiyah, Tiara Mei Nanda Sari, Rivi Mudma'inah, Kharismatika Wijayanti, Dian Pratiwi.
8. Seluruh teman-teman almamaterku angkatan 2016 yang berjuang bersama dari awal perkuliahan sampai penyusunan skripsi ini terlaksana.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu saran dan kritik yang membangun penulis sangat di harapkan agar dapat menjadi perbaikan kedepannya. Penulis ini meminta maaf apabila masih ada kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Penulis juga berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk para pembaca.

Semarang, 4 Agustus 2020

Penulis

(Novita Dwi Alifiyani)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA,KAJIAN EMPIRIS DAN HIPOTESIS.....	16
2.1 Kajian Teori.....	16
2.2 Penelitian Terdahulu.....	29
2.3 Hubungan Antar Variabel dan Pengembangan Hipotesis	34
2.4 Model Grafik Hubungan Antar Variabel.....	37

2.5 Model Matematis.....	39
BAB III METODE DAN DESAIN PENELITIAN	40
3.1 Objek Penelitian	40
3.2 Variabel Penelitian	40
3.3 Populasi dan Sampel	40
3.4 Jenis dan Teknik Pengambilan Data	42
3.5 Definisi Konsep, Operasional, Pengukuran Variabel.....	43
3.6 Uji Instrumen Penelitian.....	45
3.7 Uji Model	46
3.8 Analisis Regresi Linier	47
3.9 Pengujian Hipotesis (Uji t).....	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Pengumpulan Data	49
4.2 Deskripsi Variabel Penelitian	51
4.3 Pengujian Instrumen Penelitian.....	55
4.4 Analisis Data	56
4.5 Uji Model	57
4.6 Analisis Regresi Linier	58
4.7 Uji Hipotesis (Uji t).....	59
4.8 Pembahasan	60
BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN DAN IMPLIKASI.....	65
5.1 Simpulan.....	63
5.2 Agenda Penelitian yang Akan Datang.....	63
5.3 Implikasi.....	64
Daftar Pustaka	66

Lampiran 67

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index Fase 2 Jenis Tisu Kering.....	9
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3.1 Definisi Konsep dan Definisi Operasional.....	43
Tabel 4.1 Penyebaran Kuesioner dan Pengumpulan Data	49
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Identitas Responden	50
Tabel 4.3 Hasil tanggapan responden terhadap variabel penelitian.....	52
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas.....	55
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	56
Tabel 4.7 Ringkasan Hasil Penelitian	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pondasi <i>Green Marketing</i>	17
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	39

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	72
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	75
Lampiran 3 Output Deskripsi Responden	86
Lampiran 4 Output Deskripsi Variabel <i>Eco-Labeling</i> (X1).....	89
Lampiran 5 Output Deskripsi Variabel <i>Eco-Brand</i> (X2).....	91
Lampiran 6 Output Deskripsi Variabel <i>Enviromental Advertising</i> (X3)	93
Lampiran 7 Output Deskripsi Variabel Niat Beli	96
Lampiran 8 Output Uji Instrumen.....	100
Lampiran 9 Output Uji Regresi.....	110
Lampiran 10 Lembar Bimbingan	112
Lampiran 11 Hasil Turnitin.....	115