

PENGARUH *GREEN MARKETING*, PERILAKU KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI KEMBALI PRODUK *ECO FASHION* BUTTONSCARVES DI JABODETABEK

SYIFA IZZATI ANZANIA PUTRI



**DEPARTEMEN ILMU EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2024**

@Hak cipta milik IPB University

IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh *Green Marketing*, Perilaku Konsumen Terhadap Minat Beli Kembali *Eco Fashion* Buttonsarves di Jabodetabek” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juli 2024

Syifa Izzati Anzania Putri
H5401201008

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



ABSTRAK

SYIFA IZZATI ANZANIA PUTRI. Pengaruh *Green Marketing*, Perilaku Konsumen Terhadap Minat Beli Kembali *Eco Fashion* Buttonscarves di Jabodetabek. Dibimbing oleh DENI LUBIS.

Penelitian ini mengkaji pengaruh strategi *green marketing*, *brand image*, dan *brand trust* terhadap minat beli kembali konsumen pada produk fashion berkelanjutan di Indonesia, khususnya pada Buttonscarves. Dalam konteks ini, strategi *green marketing* dianggap sebagai pendekatan strategis yang berpotensi mempengaruhi preferensi dan keputusan konsumen terkait produk yang ramah lingkungan. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi karakteristik konsumen Buttonscarves, mengeksplorasi pengaruh variabel *environmentally friendly product*, *green product*, *green price*, dan *green promotion* terhadap minat beli kembali produk, serta mengukur pengaruh *brand image* dan *brand trust* terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui kuesioner secara *online*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *environmentally friendly product*, *green product*, *green promotion*, *brand image* berpengaruh terhadap minat beli kembali produk Buttonscarves.

Kata kunci: *environment friendly product*, minat beli, *sustainable fashion*

ABSTRACT

SYIFA IZZATI ANZANIA PUTRI. The Influence of Green Marketing and Consumer Behavior on the Repurchase Interest in Eco Fashion Buttonscarves in Jabodetabek. Supervised by DENI LUBIS.

This study examines the influence of green marketing strategies, brand image, and brand trust on repeat purchase intention of consumers towards sustainable fashion products in Indonesia, specifically focusing on Buttonscarves. In this context, green marketing strategies are considered a strategic approach that potentially affects consumer preferences and decisions regarding environmentally friendly products. The research aims to identify the characteristics of Buttonscarves consumers, explore the impact of variables such as environmental friendly product, green product, green price, and green promotion on repeat purchase intention, and measure the influence of brand image and brand trust on purchasing decisions. This study uses primary data obtained through online questionnaires. The findings indicate that environmentally friendly product, green product, green promotion, and brand image significantly influence the repeat purchase intention of Buttonscarves products.

Keywords: environment friendly product, purchasing decisions, sustainable fashion



PENGARUH *GREEN MARKETING*, PERILAKU KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI KEMBALI PRODUK *ECO FASHION* BUTTONSCARVES DI JABODETABEK

SYIFA IZZATI ANZANIA PUTRI

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana pada
Program Studi Ilmu Ekonomi Syariah

**DEPARTEMEN ILMU EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2024**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

1. Salahuddin El Ayyubi, Lc, MA
2. Ahmad Syahirul Alim, Lc, M.Pd.I



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



Judul Skripsi : Pengaruh *Green Marketing*, Perilaku Konsumen Terhadap Minat
Beli Kembali *Eco Fashion* Buttons scarves di Jabodetabek

Nama : Syifa Izzati Anzania Putri

NIM : H5401201008

@Hak cipta milik IPB University

Disetujui oleh

Pembimbing 1:
Dr. Deni Lubis, S.Ag., M.A



Diketahui oleh

Ketua Departemen:
Dr. Khalifah Muhamad Ali, S.Hut., M.Si
NIP. 198603102014041001



Tanggal Ujian:
24 Juli 2024

Tanggal Lulus:

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Januari 2024 sampai bulan Juli 2024 ini ialah minat beli kembali, dengan judul “Pengaruh *Green Marketing*, Perilaku Konsumen terhadap Minat Beli Kembali Produk *Eco Fashion Buttons*scarves di Jabodetabek”. Penulis menyadari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak memiliki kontribusi yang sangat besar pada penyelesaian skripsi ini. Terima kasih penulis ucapkan kepada:

1. Dr. Deni Lubis, S.Ag., M.A selaku dosen pembimbing yang telah membimbing, mendukung, dan memberi banyak saran.
2. Bapak Salahuddin El Ayyubi, Lc., MA dan Bapak Ahmad Syahirul Alim, Lc, M.Pd.I selaku dosen penguji pada kegiatan sidang skripsi yang telah memberikan saran dan masukan guna perbaikan skripsi ini
3. Kepada Ayahanda tercinta Alm. Zamzam Hidayat Furqon, banyak hal yang menyakitkan yang saya lalui tanpa sosok ayah. Rasa iri dan rindu yang sering kali membuat saya terjatuh tertampar realita, akan tetapi itu membuat saya kuat menghadapi hidup dan tidak mengurangi rasa bangga dan terima kasih atas kehidupan yang ayah berikan. Maka dari itu, tulisan ini penulis persembahkan untuk malaikat pelindung di surga.
4. Ibunda Sarniasih, wanita hebat yang melahirkan penulis, seseorang yang mempunyai pintu surga di telapak kakinya. Terima kasih atas limpahan doa, dukungan, dan kerja keras yang diberikan untuk memenuhi kebutuhan penulis. Sebagai tanda bakti, hormat dan rasa terima kasih yang tak terhingga penulis persembahkan karya ini untuk ibunda.
5. Kaka penulis Tiara, adik penulis Zelvira dan Alfath yang telah memberikan dukungan serta doa agar penulis terus semangat dalam menyelesaikan perkuliahan.
6. Teman penulis, terkhusus kepada keluarga besar JC, Astried, Salma, Annisa, Nayla, Amalia, Puspa, Nadya, Lalacitra, Nisrina, Iznadiar, Alma, Alfiyah, Aliyya, Fiona, Shavika, Yuliko yang telah memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis.
7. Kepada Alya, Rizky, Fayza, Dwi selaku teman penulis yang selalu memberi dukungan dan kebersamai dari SMP hingga sekarang.
8. Teman seperbimbingan, yang telah kebersamai dari awal penyusunan skripsi dan memberikan dukungan kepada penulis.
9. Seluruh teman-teman Ekonomi Syariah 57 yang telah kebersamai selama masa perkuliahan
10. *Last but not least*, kepada diri saya sendiri terima kasih telah berjuang sejauh ini dan memilih untuk tidak menyerah dalam kondisi apapun, saya bangga kepada diri saya sendiri bisa menyelesaikan skripsi ini dengan kehidupan yang penuh lika-liku.

Semoga karya ilmiah bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Juli 2024

Syifa Izzati Anzania Putri



DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	ix
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan	3
1.4 Manfaat	3
1.5 Ruang Lingkup	4
TINJAUAN PUSTAKA (OPSIONAL)	5
2.1 <i>Green Marketing</i>	5
2.2 <i>Environmentally Friendly Product</i>	5
2.3 <i>Green Product</i>	6
2.4 <i>Green Price</i>	6
2.5 <i>Green Promotion</i>	7
2.6 <i>Green Consumer</i>	7
2.7 Teori Perilaku Konsumen	8
2.8 <i>Brand Image</i>	8
2.9 <i>Brand Trust</i>	9
2.10 Minat Beli Kembali	9
2.11 Penelitian Terdahulu	10
2.12 Kerangka Pemikiran	12
2.13 Hipotesis Penelitian	13
III METODE	17
3.1 Waktu dan Tempat	17
3.2 Jenis Pengumpulan Data	17
3.3 Metode Pengambilan Sampel	17
3.4 Metode Pengolahan dan Analisis Data	18
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	21
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	21
4.2 Karakteristik Responden	22
4.3 Analisis SEM-PLS	23
4.4 Pengaruh Green Marketing terhadap Minat Beli Kembali	29
4.5 Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Minat Beli Kembali	32
V SIMPULAN DAN SARAN	35
5.1 Simpulan	35
5.2 Saran	35
DAFTAR PUSTAKA	36
LAMPIRAN	42
RIWAYAT HIDUP	50

DAFTAR TABEL

1	Penelitian Terdahulu	10
2	Variabel Penelitian	17
3	Skala Pengukuran	18
4	Karakteristik Responden	22
5	Hasil <i>Average Variance Extacted</i> (AVE)	25
6	Hasil <i>Discriminant Validity</i>	26
7	Hasil <i>Composite Reability</i>	26
8	Nilai <i>R-Square</i>	27
9	<i>Path Coefficient</i>	28

DAFTAR GAMBAR

10	Kerangka Pemikiran	13
11	Nilai Loading Faktor Awal	24
12	Nilai Loading Faktor Akhir	25
13	Hasil Uji <i>Bootstrapping</i>	28

DAFTAR LAMPIRAN

14	Lampiran 1 Hasil <i>Construct Reability and Validity</i>	43
15	Lampiran 2 Hasil <i>Discriminant Validity</i>	43
16	Lampiran 3 Hasil <i>R-Square</i>	43
17	Lampiran 4 <i>Path Coefficients</i>	43
18	Lampiran 5 Kuesioner Penelitian	43

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.