



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

ANALISIS PENGARUH *GREEN MARKETING* DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK *BRAND Z* PADA *EVENT* JXB 2024

ALDA SAVANA



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

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

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 “Analisis Pengaruh *Green Marketing* dan *Brand Awareness* terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik *Brand Z* pada *Event JXB 2024*” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apapun 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, November 2024

Alda Savana
H2401201051

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.

ABSTRAK

ALDA SAVANA. Analisis Pengaruh *Green Marketing* dan *Brand Awareness* terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik *Brand Z* Pada *Event JXB 2024*.”
Dibimbing oleh MA’MUN SARMA.

Perkembangan kesadaran terhadap pentingnya keberlanjutan dan keberlanjutan lingkungan telah mendorong banyak perusahaan untuk mengadopsi *green marketing* sebagai bagian dari strategi pemasaran. Hal ini juga berlaku pada industri kosmetik, di mana konsumen semakin memperhatikan aspek lingkungan dalam memilih produk. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *green marketing* dan *brand awareness* terhadap keputusan pembelian produk kosmetik *Brand Z* pada *event* Jakarta X Beauty (JXB) 2024. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data primer melalui kuesioner yang disebarakan kepada 170 responden di wilayah Jabodetabek dan dianalisis menggunakan metode SEM-PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *green marketing* dan *brand awareness* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *Brand Z*, kedua variabel tersebut terbukti mampu meningkatkan ketertarikan konsumen untuk melakukan pembelian.

Kata kunci: *brand awareness*, *green marketing*, keputusan pembelian, kosmetik, SEM-PLS.

ABSTRACT

ALDA SAVANA. Analysis of the Influence of Green Marketing and Brand Awareness on the Purchase Decisions of *Brand Z* Cosmetics at the JXB 2024 Event. Supervised by MA’MUN SARMA.

The growing awareness of environmental sustainability has prompted many companies to adopt *green marketing* as part of their marketing strategies. This trend is also evident in the cosmetics industry, where consumers are increasingly considering environmental aspects when choosing products. This study aims to analyze the effect of *green marketing* and *brand awareness* on the purchasing decisions of *Brand Z* cosmetic products at the Jakarta X Beauty (JXB) 2024 event. The research adopts a quantitative approach, collecting primary data through a questionnaire distributed to 170 respondents in the Jabodetabek area, and the data is analyzed using SEM-PLS method. The results show that *green marketing* and *brand awareness* have a positive and significant impact on purchasing decisions, with both variables proven to increase consumer interest in making a purchase. These findings provide valuable insights for *Brand Z* to develop marketing strategies focused on sustainability and strengthening *brand awareness* among consumers.

Keywords: *brand awareness*, *green marketing*, *purchase decision*, *cosmetics*, SEM-PLS.



@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, tahun 2024
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

ANALISIS PENGARUH *GREEN MARKETING* DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK *BRAND Z* PADA *EVENT JXB 2024*

ALDA SAVANA

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana pada
Program Studi Manajemen

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

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

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

- 1 Hardiana Widyastuti, S.Hut., M.M
- 2 Eka Desra Viana, S.E, M.Acc, Ak



@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 : Analisis Pengaruh *Green Marketing* dan *Brand Awareness*
terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik *Brand Z* pada
Event JXB 2024

Nama : Alda Savana
NIM : H2401201051

Disetujui oleh

Pembimbing 1:
Prof. Dr. Ir. Ma'mun Sarma, M.S., M.Ec.



Diketahui oleh

Ketua Departemen Manajemen:
Dr. Eko Ruddy Cahyadi, S.Hut, MM
NIP 197812132006041001



Tanggal Ujian:
02 Desember 2024

Tanggal Lulus:

PRAKATA

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Agustus 2024 sampai dengan September 2024 adalah *marketing*, dengan judul “Analisis Pengaruh *Green Marketing* dan *Brand Awareness* terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik *Brand Z* pada Event JXB 2024”.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dan mendukung penulis dalam penyelesaian karya ilmiah ini, yaitu kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Ma'mun Sarma, M.S., M.Ec. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, waktu, ilmu, motivasi serta saran dalam penyelesaian karya ilmiah ini.
2. Hardiana Widyastuti, S.Hut., M.M dan Eka Desra Viana, S.E, M.Acc, Ak selaku dosen penguji yang telah memberikan saran dan arahan dalam proses perbaikan dan penyempurnaan karya ilmiah ini.
3. Seluruh dosen dan staf akademik Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Manajemen IPB yang telah memberikan ilmu, pengalaman, dan bantuan kepada penulis baik selama masa perkuliahan maupun selama masa penyelesaian karya ilmiah ini.
4. Iskandar selaku ayah penulis, Eva selaku ibu penulis, Alisah selaku kakak penulis, Isel dan Hana selaku adik penulis, serta Sakti selaku partner yang telah memberikan doa, motivasi, dan dukungan secara moril maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan ini.
5. Revalia Dwi Sari Nusantara selaku mentor penulis selama magang yang sudah membantu dan mendukung penulis untuk mengambil dan mengolah data tugas akhir.
6. Kharismatul, Naufal, Feni, Safira, Fitroh, Laras yang telah memberikan dukungan, motivasi, dan bantuannya baik itu selama masa perkuliahan maupun selama masa penyelesaian karya ilmiah ini. Selain itu, kepada Firdatunnisa, Sekar, Anjar dan Ghelifira selaku teman-teman dekat penulis yang telah menemani dan memberikan dukungan kepada penulis sejak masa SMA hingga saat ini. Serta, kepada Devita, Ahmil, Najmah, Niftira, Farras, Syarah teman sejurusan yang memberikan dukungan dan bantuan saat akhir perkuliahan.
7. Seluruh pihak lainnya yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada penulis selama masa perkuliahan dan penyelesaian karya ilmiah ini.

Semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan serta bermanfaat bagi kemajuan ilmu pengetahuan dan digunakan sebagaimana mestinya.

Bogor, November 2024

Alda Savana

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.

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	x
I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan	7
1.4 Manfaat	8
1.5 Ruang Lingkup	8
II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 <i>Cosmetic Body Care</i>	9
2.2 <i>Green Marketing</i>	10
2.3 <i>Brand Awareness</i>	12
2.4 Keputusan Pembelian	13
2.5 Penelitian Terdahulu	13
2.6 Hipotesis Penelitian	16
III METODE	
3.1 Kerangka Pemikiran	17
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	19
3.3 Jenis dan Sumber Data	19
3.4 Metode Penarikan Sampel	19
3.5 Metode Pengolahan dan Analisis Data	21
3.6 Definisi Operasi Variabel	23
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum <i>Brand Z</i>	27
4.2 Karakteristik Responden	27
4.2 Analisis Deskriptif Variabel	31
4.3 Analisis SEM-PLS	36
4.4 Implikasi Manajerial	46
V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan	48
5.2 Saran	49
DAFTAR PUSTAKA	50
LAMPIRAN	53
RIWAYAT HIDUP	59



DAFTAR TABEL

1	Penelitian terdahulu	13
2	Bobot nilai skala <i>likert</i>	22
3	Rentang skala nilai	22
4	Variabel operasional penelitian	24
5	Karakteristik responden	27
6	Analisis deskriptif variabel <i>green marketing</i>	32
7	Analisis deskriptif variabel <i>brand awareness</i>	33
8	Analisis deskriptif variabel keputusan pembelian	35
9	Nilai <i>outer loading</i>	40
10	Nilai AVE	42
11	Nilai <i>cross loading</i>	43
12	Nilai <i>cronbach's alpha</i> dan <i>composite reliability</i>	44
13	Nilai <i>R-square</i>	44
14	Nilai <i>path coefficient direct effects</i>	45

DAFTAR GAMBAR

1	Diagram <i>average revenue in USD cosmetics</i> Indonesia	3
2	Diagram jumlah produk ramah lingkungan tahun 2013-2014	4
3	Diagram peningkatan omset <i>Brand Z</i> 2024	6
4	Model hipotesis	16
5	Kerangka pemikiran	18
6	Alasan responden membeli produk kosmetik <i>Brand Z</i>	29
7	Varian yang paling disukai responden	30
8	Hasil <i>outer loading</i> sebelum <i>dropping</i>	37
9	Hasil <i>outer loading</i> setelah <i>dropping</i>	38

DAFTAR LAMPIRAN

1	Hasil uji validitas dan reliabilitas kuesioner	54
2	Hasil uji SEM-PLS dengan software SMARTPLS 4.0	55