

TUGAS AKHIR

**ANALISIS PENGARUH FAKTOR *GREEN MARKETING*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK LAMPU
AROMATERAPI UKM NABILA ART GALLERY
SIDOARJO**



Disusun Oleh :

RIZKY NURROCHMAD ISMAIL
NBI :1411700034

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2021

TUGAS AKHIR

ANALISIS PENGARUH FAKTOR *GREEN MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK LAMPU *AROMATERAPI* UKM NABILA ART GALLERY SIDOARJO



Oleh :

RIZKY NURROCHMAD ISMAIL

NIM : 1411700034

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2021**

TUGAS AKHIR

ANALISIS PENGARUH FAKTOR *GREEN MARKETING*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK LAMPU
***AROMATERAPI* UKM NABILA ART GALLERY**
SIDOARJO

Untuk memperoleh Gelar Sarjana
Strata Satu (S1) dalam Ilmu Teknik Industri
Pada Program Studi Teknik Industri
Fakultas Teknik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Oleh :
RIZKY NURROCHMAD ISMAIL
NIM : 1411700034

PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2021

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nama : Rizky Nurrochmad Ismail
NIM : 1411700034
Program Studi : Teknik Industri
Judul TA : ANALISIS PENGARUH FAKTOR *GREEN MARKETING*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
LAMPU *AROMATERAPI* UKM NABILA *ART GALLERY*
SIDOARJO


Tugas Akhir ini telah disetujui
Tanggal 16 Desember 2021

Oleh:
Pembimbing Tugas Akhir




Dr. I Nyoman Lokajaya, ST, MM
NPP. 20410970499

Dekan
Fakultas Teknik



Dr. Ir. Sajiyo, M.Kes
NPP. 20410900197

Ka. Program Studi
Teknik Industri



Hery Murniawan, ST, MT
NPP. 20410940378

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rizky Nurrochmad Ismail

NIM : 1411700034

Program Studi : Teknik Industri

Menyatakan bahwa isi sebagian maupun keseluruhan Tugas Akhir saya berjudul

ANALISIS PENGARUH FAKTOR *GREEN MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK LAMPU *AROMATERAPI* UKM NABILA ART GALLERY SIDOARJO

adalah benar hasil karya intelektual mandiri, diselesaikan tanpa menggunakan bahan-bahan yang tidak diijinkan dan bukan merupakan karya pihak lain yang saya akui sebagai karya sendiri.

Semua referensi yang dikutip maupun dirujuk telah ditulis secara lengkap pada daftar pustaka.

Apabila ternyata pernyataan ini tidak benar, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Surabaya, 16 Desember 2021

Yang membuat pernyataan,



Rizky Nurrochmad Ismail



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN

Jl. Semolowaru 45 Surabaya
Tlp. 031 593 1800 (ex.311)
Email : perpus@untag-sby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,
saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rizky Nurrochmat Ismail
NBI : 1411700039
Fakultas : Teknik
Program Studi : Teknik Industri
Jenis Karya : Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi/Laporan Penelitian/Makalah

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk
memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus
1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive
Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul :

Analisis Pengaruh Faktor Green Marketing Terhadap Keputusan
Pembelian Produk Lampu Aromaterapi UKM Nabila Art
Gallery Sidoarjo

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-
Free Right)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945
Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau
memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database),
merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Pada Tanggal :

Yang Menyatakan,



(Rizky Nurrochmat Ismail)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas berkah dan anugerah-Nya tiada pernah terputus, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “Analisis Pengaruh Faktor *Green Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lampu *Aromaterapi* UKM Nabila *Art Gallery* Sidoarjo”.

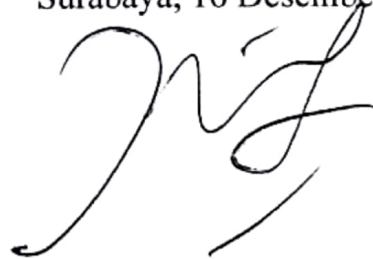
Laporan Tugas Akhir ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan menyelesaikan pendidikan S1 Teknik Industri Fakultas Teknik di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada yang terhormat:

1. Kedua orang tua yang sangat saya sayangi serta keluarga yang selalu mendukung dan mendoakan, semoga Allah SWT selalu memberi kesehatan dan melindungi Beliau agar dapat menemani saya dalam mengapai cita-cita.
2. Bapak Dr. Ir Sajiyo, M.Kes, selaku Dekan Fakultas Teknik.
3. Bapak Hery Murnawan, S.T, M.T, selaku Ketua Program Studi Teknik Industri
4. Bapak Dr. I Nyoman Lokajaya, S.T, M.M, selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah dengan sabar membimbing saya selama ini.
5. Teman-teman Program Studi Teknik Industri Angkatan 2017 yang telah bekerjasama dan mendukung proses pengerjaan skripsi ini.

Akhir kata, penulis memohon maaf atas segala kekurangan pada Tugas Akhir ini. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat di kemudian hari.

Surabaya, 16 Desember 2021



Rizky Nurrochmad Ismail

ABSTRAK

Penelitian ini memberikan solusi pada masalah yang dihadapi UKM Nabila *Art Gallery* yaitu belum dicatatnya pembelian produk, manajemen pemasaran masih bersifat tradisional, dan belum *online* menggunakan media sosial dengan pendekatan kuantitatif dan metode survei yang diolah dengan Aplikasi SPSS. Dari hasil pengolahan data serempak 3 variabel yaitu *Green Product*, *Green Advertising* dan *Green Brand* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan secara parsial (individu) *Green Product* dan *Green Advertising* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hanya *Green Brand* saja yang tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Oleh karena itu, perusahaan hendaknya tetap mempertahankan tiga faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu *Green Product*, *Green Advertising*, dan *Green Brand* karena telah menyumbang nilai sebesar 63,20%. Agar penelitian selanjutnya bisa memperoleh hasil yang maksimal, diharapkan dapat menambahkan variabel *Green Price*.

Kata Kunci: *Green Product*, *Green Advertising*, *Green Brand* dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study provides a solution to the problems faced by UKM Nabila Art Gallery, namely that product purchases have not been recorded, marketing management is still traditional, and has not been online using social media with a quantitative approach and survey methods processed with the SPSS application. From the results of data processing, simultaneously green products, advertising and brands have a significant effect on purchasing decisions. While partially (individually) green products and green advertising have a significant effect on purchasing decisions. Only green brands have no significant effect on purchasing decisions.

Therefore, the company should maintain three factors that influence purchasing decisions, namely Green Product, Green Advertising, and Green Brand because they have contributed a value of 63.20%. So that further research can obtain maximum results, it is expected to add a Green Price variable.

Keywords: Green Product, Green Advertising, Green Brand and Purchase Decision

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL LUAR	i
HALAMAN JUDUL DALAM	ii
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
 BAB	
1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Ruang Lingkup Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
2. TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Kandungan Minyak <i>Atsiri</i>	9
2.2 Konsep <i>Aromaterapi</i>	9
2.2.1 Pengertian <i>Aromaterapi</i>	9
2.2.2 Fungsi <i>Aromaterapi</i>	9
2.2.3 Macam-macam <i>Aromaterapi</i>	10
2.2.4 Manfaat Produk Lampu <i>Aromaterapi</i> Bagi Kesehatan	12
2.2.5 Cara Penggunaan	14
2.2.6 Bentuk-bentuk <i>Aromaterapi</i>	16
2.2.7 Cara Kerja <i>Aromaterapi</i>	17
2.3 <i>Green Marketing</i>	18
2.3.1 Pengertian <i>Green Marketing</i>	18

2.3.2	Aktivitas dalam <i>Green Marketing</i>	18
2.4	Keputusan Pembelian	19
2.4.1	Pengertian Keputusan Pembelian	19
2.4.2	Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	19
2.4.3	Komponen Keputusan Pembelian	20
2.5	<i>Green Product</i>	20
2.5.1	Pengertian <i>Green Product</i>	20
2.5.2	Kriteria <i>Green Product</i>	20
2.5.3	Aspek <i>Green Product</i>	21
2.6	<i>Green Advertising</i>	21
2.6.1	Pengertian <i>Green Advertising</i>	21
2.6.2	Komponen <i>Green Advertising</i>	22
2.6.3	Aspek <i>Green Advertising</i>	22
2.7	<i>Green Brand</i>	22
2.7.1	Pengertian <i>Green Brand</i>	22
2.7.2	Aspek-aspek dalam <i>Green Brand</i>	23
2.8	Penelitian Terdahulu	23
2.9	Pengaruh Antar Variabel	29
3.	METODE PENELITIAN	31
3.1	Desain Penelitian	31
3.2	Subyek Penelitian	31
3.2.1	Populasi Penelitian	31
3.2.2	Sampel Penelitian	31
3.3	Instrumen Penelitian	31
3.3.1	Identifikasi Variabel Penelitian	32
3.3.2	Kerangka Konseptual Variabel	32
3.3.3	Hipotesis Penelitian	33
3.3.4	Definisi Operasional Variabel Penelitian	33
3.4	Prosedur Pengumpulan Data	35
3.4.1	Uji Validitas	36
3.4.2	Uji Reliabilitas	37
3.5	Teknik Analisis Data	37
3.5.1	Persamaan Model Regresi Berganda	38
3.5.2	Uji Multikolinieritas	38
3.5.3	Uji Heteroskedastisitas	38

3.5.4 Uji Autokorelasi	39
3.5.5 Uji Kualitas Model Regresi	39
3.5.6 Koefisien Determinasi	40
3.5.7 Uji Koefisien Regresi Model Regresi Linier Berganda	40
3.5.8 Uji Distribusi Normal Data Residual	41
4. HASIL DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Penentuan Sampel Penelitian	43
4.2 Uji Kuesioner	43
4.2.1 Uji Validitas	44
4.2.2 Uji Reliabilitas	44
4.3 Analisis Regresi Linier Berganda	45
4.3.1 Persamaan Model Regresi Linier Berganda	46
4.3.2 Uji Multikolinieritas	47
4.3.3 Uji Heteroskedastisitas	47
4.3.4 Uji Autokorelasi (Uji Independen)	48
4.3.5 Uji Model Regresi Linier Berganda	48
4.3.6 Uji Setiap Variabel Terhadap Keputusan Pembelian	49
4.3.7 Koefisien Determinasi	49
4.3.8 Uji Distribusi Normal Data Residual	50
5. KESIMPULAN DAN SARAN	51
5.1 Kesimpulan	51
5.2 Saran	51
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN	57

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul Gambar	Hal.
1.1	Data <i>Ekspor</i> Minyak <i>Esensial</i> di Berbagai Wilayah Indonesia	2
1.2	Area Produksi UKM Nabilla <i>Art Gallery</i>	3
1.3	Berbagai Model Lampu <i>Aromatherapy</i>	4
3.1	Kerangka Konseptual Variabel	32
3.2	<i>Flow Chart</i> Rancangan Penelitian	42
4.1	Diagram Pencar Residual	47
4.2	Grafik Plot Normal Data Residual	50

DAFTAR TABEL

No.	Judul Tabel	Hal.
1.1	Data Permintaan dan Pengiriman Produksi Lampu Aromaterapi	5
2.1	Produk-Produk <i>Aromaterapi</i> dalam Sediaan Farmasi	13
3.1	Desain Pernyataan Kuesioner Analisis Pengaruh <i>Green Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lampu <i>Aromaterapi</i>	34
3.2	Tabel Tabulasi Skor Pernyataan	34
4.1	Daftar Konsumen Pembeli Produk Lampu <i>Aromaterapi</i>	43
4.2	Hasil Uji Validitas Setiap Indikator	44
4.3	Hasil Uji Reliabilitas <i>Cronbach's Alpha</i>	45
4.4	Data Skor Rata-rata Kuesioner Setiap Variabel	45
4.5	Koefisien Model Regresi	46
4.6	Hasil Uji Durbin Watson	48
4.7	Analisis Varians Model Regresi	49
4.8	Koefisien Determinasi	49

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul Tabel	Hal.
1	Kuisisioner Keputusan Pembelian Produk Lampu Aromaterapi	57
2	Hasil Tanggapan Responden	59
3	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	63
4	Analisis Regresi Linier Berganda	71
5	Foto – foto Kegiatan dan Peralatan Produksi	80