

**PENGARUH *GRENN MARKETING* DAN GAYA HIDUP
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
MCDONALD'S (studi pada mcdonald's darmo surabaya)**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Melengkapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat Pencapaian Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Administrasi Bisnis**



Disusun Oleh:

OKTAVIANI DWI ASTUTIK

NIM: 1122000102

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2024**

**PENGARUH *GREEN MARKETING*, DAN GAYA HIDUP
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MCDONALD'S
(STUDI PADA MCDONALD'S DARMO)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata – I
Program Studi Administrasi Bisnis**



Disusun oleh:

OKTAVIANI DWI ASTUTIK

1122000102

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI NIAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2024**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Oktaviani Dwi Astutik

NIM : 1122000102

Judul Skripsi : Pengaruh *Green Marketing* dan gaya hidup terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada McDonald's Darmo Surabaya).

Surabaya, 24 Juni 2024

Mengetahui

Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

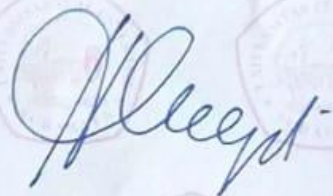
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Disetujui Oleh

Dosen Pembimbing I



Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P
NPP. 20120.87.0103



Drs. Agung Pujiyanto, M.M
NPP. 20120.92.0284

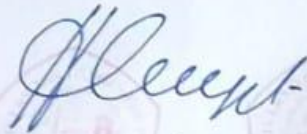
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal 11 Juni 2024:

Dewan Penguji:

1. Drs. Agung Pujiyanto, M.M

Ketua

()

2. Drs. Awin Mulyati, M.M

Anggota

()

3. Drs. Ute Chairuz M. Nasution, M.S.

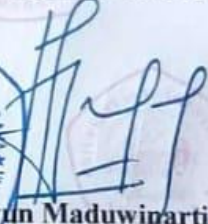
Anggota

()

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

 
Dr. Dra. Awin Maduwinarti, M.P
NPP. 20120.87.0103

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Oktaviani Dwi Astutik

NIM : 1122000102

Program Studi : Administrasi Bisnis

Judul Skripsi : Pengaruh *Green Marketing* dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian McDonald's (studi pada McDonald's Darmo Surabaya

Menyatakan:

1. Bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan/atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.
3. Apabila di kemudian hari ternyata Skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sadar-sadarnya.

Surabaya, 24 Juni 2024
Yang membuat Pernyataan



(Oktaviani Dwi Astutik)



**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 : Oktaviani Dwi Astutik
NBI : 1122000102
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Administrasi Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

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 :

Pengaruh *Green Marketing* dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian McDonald's (studi pada McDonald's Darmo Surabaya).

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

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada Tanggal : 24 Juni 2024

Yang Menyatakan,



(OKTAVIANI DWI ASTUTIK)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua saya ibu purwati dan bapak senen, terimakasih banyak atas dukungan moral dan materi yang telah diberikan kepada saya agar dapat mengembangkan Pendidikan saya sampai jenjang yang lebih tinggi, kasih sayang dan cinta yang tidak pernah ada habisnya.
2. Untuk diri sendiri, terimakasih banyak bisa melalui semua proses ini dengan semangat
3. Untuk keluarga, terimakasih sudah memberikan dukungan dan semangat

MOTTO

"Dan orang-orang yang berusaha untuk (memperoleh) kami, benar-benar akan kami tunjukkan kepada mereka jalan-jalan kami. Sesungguhnya Allah benar-benar beserta orang-orang yang berbuat baik."

-Surah Al-Ankabut (29:69)

“Syukuri apa yang kau miliki. Jangan iri dengan apa yang orang lain miliki, maka Allah SWT akan memberimu apa yang belum kau miliki.”

-Habib Umar bin Hafidz

"Syukurilah kesulitan karena terkadang kesulitan mengantarkan kita pada hasil yang kita bayangkan".

-Deddy Corbuzier

ABSTRAK

McDonald's merupakan restoran fast food terbesar di dunia yang diawali pada tahun 1955 di California, Amerika Serikat. Dengan produk unggulan berupa Burger bernama Bigmac, McDonald's hingga saat ini telah memiliki ribuan restoran yang tersebar di lebih dari 100 negara, salah satunya Indonesia. McDonald's pertama kali masuk ke Indonesia pada tahun 1991 dengan membuka restoran pertamanya di Sarinah, Thamrin. Pada tahun 2009 PT. Rekso Nasional Food (RNF) yang merupakan salah satu anak perusahaan dari Rekso Group menandatangani Master Franchise Agreement dengan McDonald's International Property Company (MIPCO) yang memberikan izin untuk mengoperasikan semua restoran dengan brand McDonald's dan membuka restoran baru di seluruh Indonesia. Semakin tahun pengusaha makanan semakin besar dan strategi pemasarannya sangat bermacam-macam salah satunya adalah *green marketing* atau pemasaran hijau, pemasaran hijau ini pemasaran yang berfokus kepada lingkungan dan dampak kepada lingkungan. Dan konsumen sekarang sudah sangat peduli terhadap lingkungan, tentu didukung dengan gaya hidup mereka yang suka akan kebersihan dan memiliki rutinitas yang sibuk yang tentunya akan memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di McDonald's Darmo. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis dan mengetahui pengaruh *Green Marketing* dan Gaya Hidup terhadap keputusan pembelian konsumen di McDonald's. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Populasi dari penelitian ini adalah mengacu pada data konsumen McDonald's Darmo yang beralamatkan Jl. Raya Darmo No.43, Keputran, Kec. Tegalsari, Surabaya, Jawa Timur 60265, wilayah Surabaya pusat. Wilayah Surabaya pusat terdiri dari 4 kecamatan yaitu kecamatan Genteng, Tegalsari, Bubutan dan Simokerto. Jumlah penduduk dari 4 kecamatan tersebut yaitu 353,611 jiwa. Sedangkan sampelnya menggunakan 100 responden. Teknik pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan SPSS versi 26. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *green marketing* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sedangkan gaya hidup berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: McDonald's, Green Marketing, Gaya Hidup dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

McDonald's is the largest fast food restaurant in the world which was started in 1955 in California, United States. With a superior product in the form of a Burger named Bigmac, McDonald's currently has thousands of restaurants spread across more than 100 countries, one of which is Indonesia. McDonald's first entered Indonesia in 1991 by opening its first restaurant in Sarinah, Thamrin. In 2009 PT Rekso Nasional Food (RNF), which is one of the subsidiaries of the Rekso Group, signed a Master Franchise Agreement with McDonald's International Property Company (MIPCO) which gave permission to operate all restaurants under the McDonald's brand and open new restaurants throughout Indonesia. Increasingly, food entrepreneurs are getting bigger and their marketing strategies are very diverse, one of which is green marketing or green marketing, this green marketing is marketing that focuses on the environment and the impact on the environment. And consumers are now very concerned about the environment, of course supported by their lifestyle who likes cleanliness and has a busy routine which of course will have an influence on consumer purchasing decisions at McDonald's Darmo. The purpose of this study was to analyze and determine the effect of Green Marketing and Lifestyle on consumer purchasing decisions at McDonald's. The purpose of this study was to analyze and determine the effect of Green Marketing and Lifestyle on consumer purchasing decisions at McDonald's. This type of research uses quantitative research. The population of this study refers to McDonald's darmo consumer data which is located at Jl. Raya Darmo No.43, Keputran, Kec. Tegalsari, Surabaya, East Java 60265, central Surabaya area. The central Surabaya area consists of 4 sub-districts, namely tile, tegalsari, bubutan and simokerto sub-districts. the total population of the 4 sub-districts is 353,611 people. While the sample used 100 respondents. The data processing technique in this study used SPSS version 26. The results of this study indicate that green marketing has no effect on purchasing decisions, while lifestyle has a positive effect on purchasing decisions.

Keywords: McDonald's, Green Marketing, Lifestyle and Purchasing Decision

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti ucapkan kepada Allah SWT. Karena berkat ridho dan rahmat-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Peneliti harap skripsi ini dapat membantu dalam perkembangan program studi Administrasi Bisnis selanjutnya dan juga menjadi bekal bagi junior-junior Administrasi Bisnis dalam membuat skripsi nantinya sehingga dari tahun ke tahun dapat menjadi lebih baik lagi.

Peneliti menyadari bahwa dalam proses penelitian skripsi ini banyak mengalami kendala, namun berkat bantuan, dukungan, bimbingan dan kerjasama dari berbagai pihak serta berkat Allah SWT sehingga peneliti mampu mengatasi kendala-kendala tersebut. Pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati peneliti ingin menyampaikan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu hingga terselesaikannya skripsi ini. Maka dari itu, peneliti ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Kedua orang tua saya yaitu bapak senen dan ibu purwati yang telah membiayai serta memberikan perhatian dan dukungan baik dalam doa, semangat serta dana sehingga penulis bisa menyelesaikan kuliah di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya ini.
2. Ibu Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, MP., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Sekaligus sebagai Dosen Wali saya awal perkuliahan hingga semester delapan ini.
3. Bapak Drs. Agung Pujiyanto, MM., selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Serta sebagai dosen pembimbing satu yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing saya dan memberikan arahan maupun saran serta semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Dra. Ni Made Ida Pratiwi, MM., selaku Kepala Prodi Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

5. Ibu Dra. Diana Juni Mulyati, M.M., Serta sebagai dosen pembimbing dua yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing saya dan memberikan arahan maupun saran serta semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen pengajar Prodi Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah membekali saya dengan berbagai ilmu pengetahuan serta referensi tentang materi penelitian dan motivasinya untuk terus berjuang dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh staff Tata Usaha yang telah membantu dalam administrasi dari awal kuliah sampai akhir.
8. Teruntuk diriku sendiri yang telah mampu bertahan hingga titik ini dan mampu melewati semua proses dengan sangat luar biasa.
9. Teman sekaligus sahabat seperjuangan saya, yaitu Aulia, Kartika, Nabilah, Afeni, Erina, Shafira dan Wanda yang sudah sama-sama berjuang, saling membantu, dan menguatkan serta saling memberi dukungan untuk dapat menyelesaikan skripsi masing-masing.
10. Untuk Mochammad Tri Fajar Zanuar yang telah membantu memberikan dukungan dalam bentuk support moril sehingga saya tidak patah semangat dalam menyelesaikan skripsi ini hingga akhir. serta sahabat kecil saya, Chici Pramita Anti Manda Sari yang selalu menjadi tempat keluh kesah saya.
11. Seluruh teman saya angkatan 2020 Administrasi Bisnis yang telah banyak berperan memberi pembelajaran dan pengalaman selama di bangku kuliah.
12. Para responden yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuisisioner penelitian ini.
13. Dan seluruh pihak yang terlibat, yang tidak dapat saya sebut satu-persatu.

penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu penulis mengharapkan adanya masukan berupa kritik maupun saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat menjadi referensi dan acuan dalam memberikan manfaat bagi pembaca serta pihak yang berkepentingan.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	Error! Bookmark not defined.
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....	Error! Bookmark not defined.
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iii
PERSEMBAHAN.....	vi
MOTTO	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.5 Sistematika Penelitian.....	10
<i>(Halaman Sengaja Dikosongkan)</i>	12
BAB II	13
TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Landasan Teori.....	23
2.2.1 Green Marketing	26

2.2.2 Gaya Hidup	31
2.2.3 Keputusan Pembelian	34
2.3 Konseptualisasi	38
2.3.1 Definisi Konsep	38
2.3.2 Definisi Operasional	39
2.4 kerangka Dasar Pemikiran	41
2.5 Pola Hubungan Antar Variabel	42
2.5.1 Pengaruh antara <i>green marketing</i> terhadap keputusan pembelian ...	42
2.5.2 Pengaruh antara gaya hidup terhadap keputusan pembelian	42
2.6 Hipotesis	42
BAB III	45
METODOLOGI PENELITIAN	45
3.1 Rancangan Penelitian	45
3.2 Populasi dan Sampel	45
3.2.1 Populasi	45
3.2.2 Sampel	45
3.3. Pengukuran dan Instrumen Penelitian	47
3.3.1 Pengukuran	47
3.3.2 Interval penilaian	47
3.3.3 Instrumen Penelitian	48
3.3.4 Uji Instrumen	49
3.4 Jenis Data dan Sumber Data	50
3.4.1 Jenis Data	50
3.4.2 Sumber Data	50
3.5 Teknik Pengumpulan Data	51
3.6 Teknik Analisis Data	51
3.6.1 Uji Asumsi Klasik	52
3.6.2 Analisis Regresi Linier Berganda	54

3.6.3 Uji Hipotesis.....	54
BAB IV	57
PENYAJIAN DATA, ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	57
4.1 Penyajian Data	57
4.1.1 Gambaran Obyek Penelitian.....	57
4.1.2 Karakteristik Responden.....	58
4.1.3 Tabulasi Data.....	60
4.2 Analisi Data.....	75
4.2.4 Uji Hipotesis.....	81
4.3 Pembahasan	85
BAB V.....	87
PENUTUP	87
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN.....	94

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 daftar nama kompetitor mcdonald's di indonesia.....	7
Tabel 2. 1 penelitian terdahulu	13
Tabel 2. 2 definisi konsep dan definisi operasional	40
Tabel 3. 1 skala likert.....	47
Tabel 3. 2 interval.....	48
Tabel 4. 1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
Tabel 4. 2 Data Responden Berdasarkan Usia	58
Tabel 4. 3 Uji Validitas	60
Tabel 4. 4 Uji Reliabilitas	61
Tabel 4. 5 Hasil Tabulasi Variabel Green Marketing (X1)	61
Tabel 4. 6 hasil tabulasi variabel gaya hidup (X2)	64
Tabel 4. 7 Hasil tabulasi variabel keputusan pembelian (Y).....	68
Tabel 4. 8 Analisis Rata- Rata Tabulasi Per Variabel Green Marketing (X1)..	71
Tabel 4. 9 Analisis Rata-Rata Tabulasi Per Variabel Gaya Hidup (X2).....	73
Tabel 4. 10 Analisi Rata-Rata Tabulasi Per Variabel Keputusan Pembelian (Y)	74
Tabel 4. 11 Hasil Uji Linieritas X1	75
Tabel 4. 12 Hasil Uji Linieritas X2	76
Tabel 4. 13 Hasil Uji Normalitas Kolomogorlov Smirnov.....	77
Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolinearitas	78
Tabel 4. 15 Hasil Analisis Regresi Berganda	79
Tabel 4. 16 Hasil Koefisien Determinasi R²	80
Tabel 4. 17 Hasil Uji t	81
Tabel 4. 18 Uji F	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	1
Gambar 1. 2	2
Gambar 1. 3	3
Gambar 1. 4	3
Gambar 1. 5	4
Gambar 1. 6	4
Gambar 1. 7	4
Gambar 1. 8	5
Gambar 1. 9	5
Gambar 1. 10	6
Gambar 1. 11	6
Gambar 1. 12	6
Gambar 1. 13	7

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian.....	94
Lampiran 2 Uji Validitas	97
Lampiran 3 Uji Reliabilitas	97
Lampiran 4 Hasil Analisi.....	98
Lampiran 5 Uji Regresi, Determinasi dan Hipotesis	100
Lampiran 6 Kartu Bimbingan Skripsi	102
Lampiran 7 Surat Keterangan Turnitin	104
Lampiran 8 Surat Keterangan Bebas Leb	106