

**PENGARUH *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN, YANG DIDUKUNG OLEH VARIABEL *GREEN
MARKETING* DAN *BRAND AMBASSADOR***

(Studi UMKM Ngudi Rejeki Kelorida)

**Diajukan guna memenuhi salah satu syarat akademik untuk memperoleh
gelar sarjana pada program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi**

SKRIPSI



Oleh :

Aditya Julita Sari

NIM. 2018008399

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SARJANAWIYATA TAMANSISWA
YOGYAKARTA
2021**

HALAMAN JUDUL

**PENGARUH *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN, YANG DIDUKUNG OLEH VARIABEL *GREEN
MARKETING* DAN *BRAND AMBASSADOR***

(Studi UMKM Ngudi Rejeki Kelorida)

**Diajukan guna memenuhi salah satu syarat akademik untuk memperoleh
gelar sarjana pada program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi**

SKRIPSI



Oleh :

Aditya Julita Sari

NIM. 2018008399

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS SARJANAWIYATA TAMANSISWA

YOGYAKARTA

2021

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN YANG DIDUKUNG OLEH VARIABEL *GREEN*
MARKETING DAN *BRAND AMBASSADOR***

(Studi Kasus UMKM Ngudi Rejeki Kelorida)



Disampaikan dan Disusun oleh

Nama : Aditya Julita Sari

Nim : 2018008399

UST

Yogyakarta, 1 November 2021

Pembimbing I

Dr. IBN Udayana, M.Si
NIY. 6289149

Pembimbing II

Agus Dwi Cahya, S.Pd., MM
NIY. 7617467

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN YANG DIDUKUNG OLEH VARIABEL *GREEN MARKETING* DAN *BRAND AMBASSADOR*

(Studi Kasus UMKM Ngudi Rejeki Kelorida)

Disampaikan dan Disusun oleh

Nama : Aditya Julita Sari

Nim : 2018008399

Yogyakarta, 24 November 2021

Ketua Penguji

Penguji I

Penguji II



Dr. Ambar
Lukitaningsih, MM
NIY. 6598189




Dr. IBN Udayana, MSi
NIY. 6289149



Agus Dwi Cahya, S.Pd.,
MM
NIY. 7617467

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Suyanto, M.Si
NIY. 7608265

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Aditya Julita Sari

NIM : 2018008399

Judul Skripsi : PENGARUH *BRAND IMAGE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN, YANG
DIDUKUNG OLEH VARIABEL *GREEN*
MARKETING DAN *BRAND AMBASSADOR* (Studi
Kasus UMKM Ngudi Rejeki Kelorida)

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah skripsi saya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana baik di Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta atau Perguruan Tinggi lain.

Skripsi ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan dari pihak lain kecuali arahan Dosen Pembimbing. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama dan dicantumkan dalam daftar Pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan aturan yang berlaku.

Yogyakarta, 1 November 2021

yang membuat pernyataan

 Aditya Julita Sari

NIM. 2018008399

HALAMAN MOTTO

Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya. (QS.

Al-Baqarah: 286)

Dan Dia mendapatimu sebagai seorang yang bingung, lalu Dia memberikan

petunjuk. (QS. ***Ad-Duha: 7***)

Dan Dia bersama kamu dimana saja kamu berada, Dan *Allah* Maha Melihat apa

yang kamu kerjakan. (QS. ***Al-Hadid: 4***)

Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan

sungguh-sungguh (urusan) yang lain. (QS. ***Al-Insyirah: 7***)

Cukuplah *Allah* menjadi penolong kami dan *Allah* adalah sebaik-baiknya

pelindung. (QS. ***Al-Imran: 73***)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji hanya bagi *Allah SWT*, kita memuji-Nya, dan meminta pertolongan, pengampunan serta petunjuk kepada-Nya. Kita berlindung hanya kepada *Allah* dari kejahatan diri kita dan keburukan amal kita. Dengan penuh rasa syukur dan dengan telah diselesaikannya skripsi ini, penulis mempersembahkannya kepada:

1. Kedua orangtua dan kakak saya yang telah menjadi motivator terbesar dalam hidup saya dan tak pernah jemu mendo'akan dan menyayangi saya, atas semua pengorbanan dan kesabaran mengantarku sampai kini. Tak pernah cukup untuk saya membalas cinta kedua orangtua saya.
2. Bapak pembimbing I dan II saya yang telah membantu dalam menyelesaikan tugas skripsi ini.
3. Keluarga besar Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa, staf pengajar, karyawan, dan seluruh mahasiswa semoga tetap semangat dalam beraktivitas dalam melaksanakan kegiatan perkuliahan.

INTISARI

Di zaman yang semakin maju, membuat jumlah UMKM di Indonesia pun juga semakin banyak, sehingga persaingan para pemilik UMKM kian ketat. Hal tersebut menuntut agar suatu perusahaan atau UMKM harus mampu *kreatif, inovatif* dan juga lebih peka terhadap apa yang konsumen butuhkan. Semua hal itu bertujuan untuk memperoleh pelanggan sebanyak mungkin dan mempertahankan pelanggan perusahaan tersebut. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh dari “Pengaruh *Brand Image*, Variabel *Green Marketing* dan *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada produk olahan kelor serta Pengaruh *Green Marketing* dan *brand ambassador* Terhadap *Brand Image* produk olahan kelor”. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif, termasuk penelitian *eksplanatif* yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan antar variabel dengan variabel lain dalam penelitian ini untuk menguji hipotesis. Peneliti juga menggunakan kuisioner untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam penelitian. Supaya memperoleh data yang dibutuhkan, peneliti menggunakan kuisioner dan disebarkan kepada responden atau konsumen yang mengetahui serta menjadi pengonsumsi olahan kelor. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Variabel *brand image* berpengaruh yang signifikan atau positif terhadap keputusan pembelian konsumen. Variabel *green marketing* tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen. Variabel *brand ambassador* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan pembelian konsumen. Variabel *brand image*, *green marketing*, dan variabel *brand ambassador* secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen. Variabel *green marketing* memiliki pengaruh yang positif terhadap variabel *brand image*. Variabel *brand ambassador* memiliki pengaruh positif terhadap variabel *brand image*. Variabel *green marketing* dan variabel *brand ambassador* secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap *brand image*. Dan variabel citra merek berhasil memediasi variabel *green marketing* dan *brand ambassador*, sehingga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: *brand image*, *green marketing*, *brand ambassador*, keputusan pembelian, signifikan

ABSTRACT

In an increasingly advanced era, the number of MSMEs in Indonesia is also increasing, so the competition for MSME owners is getting tougher. This demands that a company or MSME must be able to be creative, innovative and also more sensitive to what consumers need. All of these things aim to acquire as many customers as possible and retain the company's customers. This research was conducted with the aim of knowing the effect of "The Influence of Brand Image, Green Marketing and Brand Ambassador Variables on Purchase Decisions on Moringa processed products and the Effect of Green Marketing and brand ambassadors on Brand Image on Moringa processed products". The type of research used is quantitative research, included in explanatory research which aims to explain the relationship between variable with other variables to test hypotheses. Researchers also use questionnaires to obtain the data needed in the study. In order to obtain the required data, researchers used questionnaires and distributed them to respondents or consumers who know and become consumers of Moringa. The results in this study indicate that the brand image variable has a significant or positive effect on consumer purchasing decisions. The green marketing variable has no positive effect on consumer purchasing decisions. The brand ambassador variable has a significant influence on the consumer purchasing decision variables. Brand image, green marketing, and brand ambassador variables together have a positive effect on consumer purchasing decisions. The green marketing variable has a positive influence on the brand image variable. The brand ambassador variable has a positive influence on the brand image variable. The green marketing variable and the brand ambassador variable together have a significant influence on brand image. And the brand image variable successfully mediates the green marketing and brand ambassador variabel, so that it has a positive effect on purchasing decisione.

Keywords: brand image, green marketing, brand ambassador, purchase decision, significant

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur hanya untuk *Allah* atas limpahan rahmat serta karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas skripsi dengan judul: “Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen, yang Didukung oleh Variabel *Green Marketing* dan *Brand Ambassador* (studi kasus pada umkm Ngudi Rejeki Kelorida, Produksi Olahan Kelor). Skripsi ini bertujuan guna memenuhi salah satu syarat untuk lulusan akademik serta untuk meraih gelar sarjana pada program strata satu di kampus FE-UST.

Dalam melakukan penyusunan skripsi ini, peneliti tidak lepas dari masalah. masalah tersebut dapat diatasi oleh peneliti karena bantuan dari berbagai pihak, oleh sebab itu peneliti ingin mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak berikut ini.

1. Bapak Dr. Ida Bagus Nyoman Udayana, M. Si sebagai dosen pembimbing 1 yang telah membimbing, serta memberikan saran dalam penelitian ini.
2. Bapak Agus Dwi Cahya, S.Pd, MM sebagai dosen pembimbing 2 yang juga membimbing serta memberikan masukan guna menyempurkan penelitian ini.
3. Bapak/Ibu dosen selaku dosen penguji yang telah menguji, serta memberikan masukan, dan nasehat yang berguna dalam penyempurnaan penelitian ini.
4. Bapak/Ibu responden yang telah berkenan mengisi kuisioner penelitian.

Yogyakarta, 24 November 2021

Peneliti



Aditya Julita Sari

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
INTISARI	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	10
1.3 Batasan Masalah.....	11
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Manfaat Penelitian	12
1.6 Sistematika Penulisan	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Kajian Teori	14
2.2 Penelitian Terdahulu	25
2.3 Pengembangan Hipotesis	28
2.4 Kerangka Pikir Penelitian	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	33
3.1 Sifat Penelitian	33
3.2 Definisi Operasional dan Indikator Variabel Penelitian	34

3.3. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	37
3.4 Sumber dan Metode Pengumpulan Data	40
3.5 Tempat dan Waktu Pengambilan Data	41
3.6 Pengembangan Instrumen Penelitian	41
3.7 Uji Kualitas Data	42
3.8 Teknik Analisa Data	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Gambaran Perusahaan	47
4.2 Data Penelitian	48
4.3 Analisis Data	48
4.4 Pembahasan	61
BAB V PENUTUP	65
5.1 Kesimpulan	65
5.2 Keterbatasan Penelitian	66
5.3 Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN	71

DAFTAR TABEL

2.1 Tabel Penelitian Terdahulu	26
3.1 Tabel Kisi – kisi Operasional Variabel	36
3.2 Tabel Kuisisioner Variabel <i>Brand Image</i>	41
3.3 Tabel Kuisisioner Variabel <i>Brand Ambassador</i>	41
3.4 Tabel Kuisisioner Variabel <i>Green Marketing</i>	42
3.5 Tabel Kuisisioner Variabel Keputusan Pembelian	42
4.1 Tabel Data Jenis Kelamin Responden.....	48
4.2 Tabel Data Pendidikan Responden	49
4.3Tabel Data Usia Responden	49
4.4 Tabel Uji Validitas Menggunakan SPSS	49
4.5 Tabel Uji Validitas Menggunakan SPSS	49
4.6 Tabel Uji Validitas Menggunakan SPSS	50
4.7 Tabel Uji Validitas Menggunakan SPSS	51
4.8 Tabel Uji Reliabilittas Menggunakan SPSS	51
4.9 Tabel Uji Normalitas Menggunakan SPSS	52
4.10 Tabel Uji Normalitas Menggunakan SPSS	52
4.11 Tabel Uji Multikolinieritas Menggunakan SPSS	53
4.12 Tabel Uji Multikolinieritas Menggunakan SPSS	54
4.13 Tabel Uji Heterokedastisitas Menggunakan SPSS	55
4.14 Tabel Uji Heterokedastisitas Menggunakan SPSS	56
4.15 Tabel Analisis Regresi Linier Berganda SPSS	56
4.16 Tabel Analisis Regresi Linier Berganda SPSS	57
4.17 Tabel Uji f Dengan SPSS.....	58
4.18 Tabel Uji f Dengan SPSS	58
4.19 Tabel Uji t Dengan SPSS	59
4.20 Tabel Uji t Dengan SPSS	59
4.21 Tabel Uji Koefisien Determinasi Dengan SPSS	60
4.22 Tabel Uji Koefisien Determinasi Dengan SPSS	61

DAFTAR GAMBAR

2.1 Gambar Kerangka Pikir Penelitian.....	32
4.1 Gambar scatterplot	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner	71
Lampiran 2 Data Kuisisioner.....	72
Lampiran 3 Hasil Olah Data dengan SPSS	81