

**PENGARUH *GREEN MARKETING MIX* TERHADAP  
*PURCHASE DECISION* TUPPERWARE DI KOTA  
TANJUNGPINANG**

**NOVA RADA CAHYATI HARAHAP  
NIM: 2004020039**



**Skripsi Ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Manajemen**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS MARITIM  
UNIVERSITAS MARITIM RAJA ALI HAJI  
TANJUNGPINANG  
2024**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

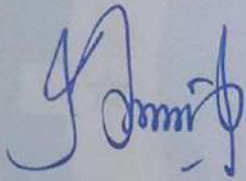
Nama : Nova Rada Cahyati Harahap  
NIM : 2004020039  
Jurusan : Manajemen  
Konsentrasi : Pemasaran  
Judul Skripsi : Pengaruh *Green Marketing Mix* terhadap *Purchase Decision*  
Tupperware di Kota Tanjungpinang.

Disetujui untuk digunakan dalam mengajukan sidang skripsi.

Tanjungpinang, 24 Juni 2024

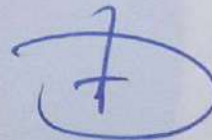
**Menyetujui,**

**Dosen Pembimbing I**



**Hj. Iranita, SE., M.Si**  
NIP. 197008272021212003

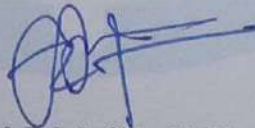
**Dosen Pembimbing II**



**Kiki Wulandari, SE., MM**  
NIP. 199201212019032018

**Mengetahui,**

**Ketua Jurusan Manajemen  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Maritim**



**Abdul Jalal, SE., M.Si**  
NIP. 198508222019031012

## LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Nova Rada Cahyati Harahap  
Nim : 2004020039  
Jurusan : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Maritim  
Judul Skripsi : Pengaruh *Green Marketing Mix* terhadap *Purchase Decision*  
Tupperware di Kota Tanjungpinang.

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dosen Penguji dan telah direvisi sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim Universitas Maritim Raja Ali Haji.

Menyetujui,

Dosen Pembimbing I

Hj. Iranita, SE., M.Si  
NIP. 19700827202121003

Dosen Pembimbing II

Kiki Wulandari, SE., MM  
NIP. 199201212019032018

Panitia Penguji

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
<u>Dr. Winata Wira, SE. M, Ec</u> NIP. 198106082014041001	Ketua Peguji		01/08-2024
<u>Hj. Iranita, SE., M.Si</u> NIP. 197008272021212003	Penguji I		1/8 2024.
<u>Edinur Ilham. SE., M.E.</u> NIP. 199103072022031006	Penguji II		31/07/24.
<u>Kiki Wulandari, SE., MM</u> NIP. 199201212019032018	Penguji III		1/8 24
<u>Dr. Myrna Sofia, S.E., M.Si</u> NIP. 198207032015042001	Penguji IV		31/07/24

Tanggal Lulus : 30 Juli 2024

Mengetahui,

Plt Dekan  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Maritim



Plt. Suryadi, S.P., M.H.  
NIP. 197008052021211005

Ketua Jurusan Manajemen

Abdul Jalal, SE., M.Si  
NIP. 198508222019031012

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Nama : Nova Rada Cahyati Harahap  
Nim : 2004020039  
Jurusan : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Maritim  
Judul Skripsi : Pengaruh *Green Marketing Mix* terhadap *Purchase Decision*  
Tupperware di Kota Tanjungpinang.

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik Universitas Maritim Raja Ali Haji maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Maritim Raja Ali Haji.

Tanjungpinang, 31 Juli 2024

Yang membuat pernyataan



Nova Rada Cahyati Harahap

NIM. 2004020039

## MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٥﴾ يُسْرًا إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٦﴾

(Q.S Al-Insyirah 5-6)

Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.



## KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim, dengan mengucapkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh *Green Marketing Mix* Terhadap *Purchase Decision* Tupperware Di Kota Tanjungpinang”** sebagai syarat akademis dalam mencapai derajat Sarjana Manajemen (S.M) Sehubungan dengan selesainya skripsi ini, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Agung Dhamar Sakti, S.Pi., DEA selaku Rektor Universitas Maritim Raja Ali Haji.
2. Bapak Dr. Suryadi, S.P., M.H. selaku Plt. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim Raja Ali Haji
3. Bapak Abdul Jalal, SE., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Maritim Raja Ali Haji.
4. Ibu Hj. Iranita, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang dengan penuh kesabaran, ketelitian, membimbing, serta memberikan arahan dan masukan dalam setiap tahapan penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Kiki Wulandari, SE., MM selaku Dosen Pembimbing II dan Dosen Penasihat Akademik atas bimbingan, dan nasihat yang Ibu berikan kepada penulis.
6. Bapak dan Ibu Dosen Manajemen serta Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim terima kasih atas setiap ilmu dan bantuan yang diberikan kepada penulis.

7. Bapak, Ibu dan adik tercinta penulis, Pendo Harahap, Nurcahya dan Rado Naufal Harahap orang yang sangat berjasa dalam hidup penulis terima kasih atas doa dan dukungan yang selalu diberikan. Terima kasih juga kepada orang tua kedua penulis, Bapak Alm Lusinto dan Ibu Wiwik yang telah merawat dan membesarkan penulis.
8. Kakak dan abang penulis, Rizki Siska Wijaya, Afnita Oktavia, Fiolanda, Uly Hanatasya dan Dimas Febrian, terima kasih telah menemani dan memberikan kebahagiaan yang tak ternilai bagi penulis.
9. Ibu Syarifah Fauziah, sebagai ibu ketiga penulis yang selalu memberikan dukungan kepada penulis. Dias Muhammad Akbar seseorang yang selalu bersedia menemani penulis di hari-hari tersulit dalam proses penyelesaian skripsi ini.
10. Sahabat satu-satunya penulis Sofia Anggita Risfa terima kasih karena selalu ada suka maupun duka. Teman-teman seperjuangan penulis selama kuliah, Erifi Almaidah, Mayang Sari dan teman-teman angkatan 2020 lain yang tidak bisa penulis sebutkan penulis satu persatu.

Peneliti menyadari dalam menyelesaikan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan. Oleh karena itu, peneliti memohon maaf jika terdapat kesalahan, saran dan kritik yang membangun sangat peneliti harapkan untuk skripsi ini.

Tanjungpinang, 07 Juli 2024



Nova Rada Cahyati Harahap

## DAFTAR ISI

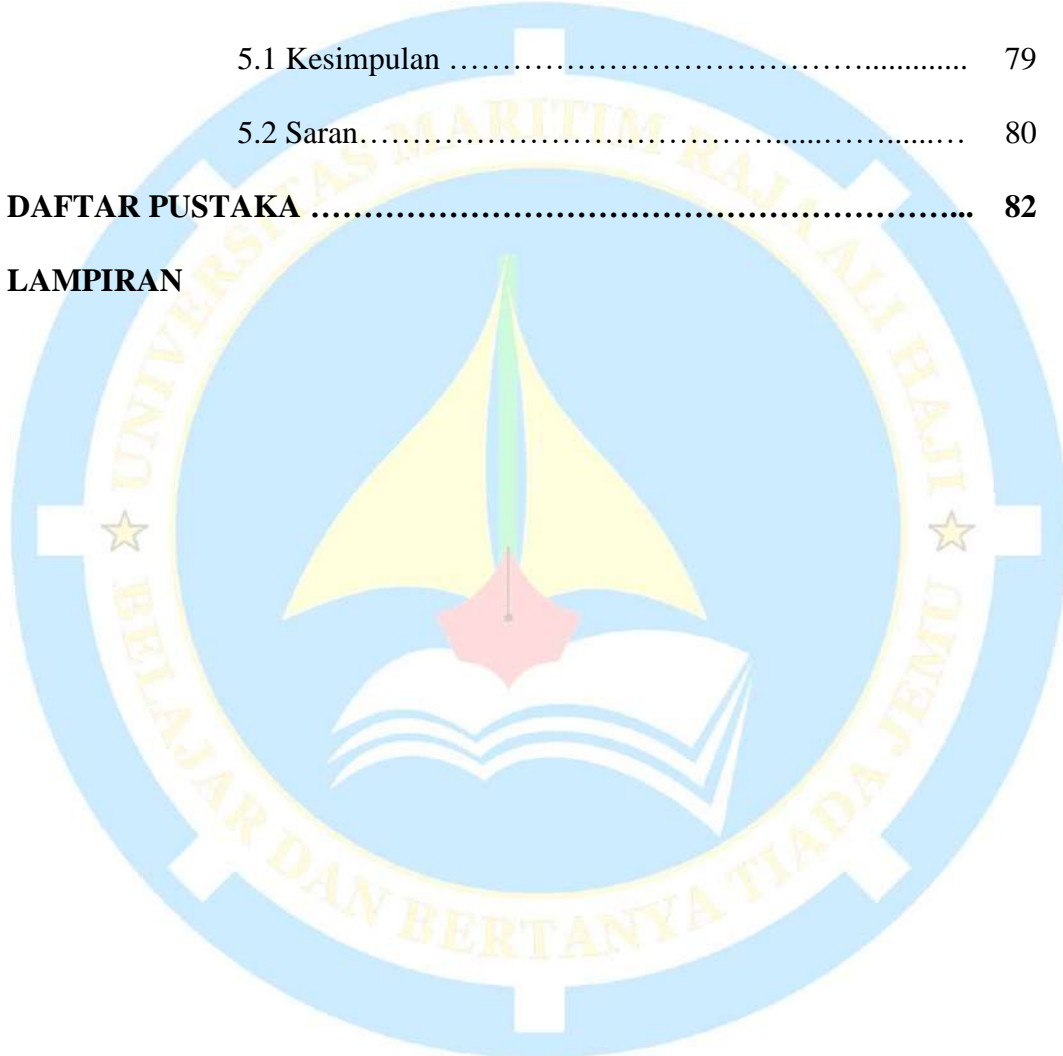
	<b>Halaman</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>i</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GRAFIK</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	<b>1</b>
1.2 Identifikasi Masalah .....	<b>9</b>
1.3 Perumusan Masalah.....	<b>9</b>
1.4 Pembatasan Masalah.....	<b>10</b>
1.5 Tujuan Penelitian.....	<b>10</b>
1.6 Manfaat Penelitian.....	<b>11</b>
1.7 Sistematika Penelitian.....	<b>12</b>
<b>BAB II : KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN</b> <b>DAN HIPOTESIS</b> .....	<b>14</b>
2.1 Kajian Pustaka .....	<b>14</b>
2.1.1 <i>Green Marketing Mix</i> .....	<b>14</b>



2.1.2	<i>Green Product</i>	15
2.1.3	<i>Green Price</i>	17
2.1.4	<i>Green Palce</i>	18
2.1.5	<i>Green Promotion</i>	19
2.1.6	<i>Purchase Decision</i>	21
2.2	Review Penelitian Terdahulu	23
2.3	Kerangka Pemikiran	27
2.4	Pengembangan Hipotesis	28
2.4.1	Pengaruh <i>Green Product</i> terhadap <i>Purchase Decision</i>	28
2.4.2	Pengaruh <i>Green Price</i> terhadap <i>Purchase Decision</i>	28
2.4.3	Pengaruh <i>Green Place</i> terhadap <i>Purchase Decision</i>	29
2.4.4	Pengaruh <i>Green Promotion</i> terhadap <i>Purchase Decision</i>	30
2.4.5	Pengaruh <i>Green Product, Green Price, Green Place, dan Green Promotion</i> terhadap <i>Purchase Decision</i>	30
2.5	Hipotesis	31
<b>BAB III</b>	<b>: METODOLOGI PENELITIAN</b>	<b>33</b>
3.1	Objek dan Ruang Lingkup Penelitian	33
3.2	Metode Penelitian	33
3.2.1	Jenis Penelitian	33

3.2.2 Variabel Penelitian .....	34
3.3 Operasionalisasi Variabel Penelitian .....	34
3.4 Metode Penentuan Populasi atau Sampel .....	37
3.4.1 Populasi .....	37
3.4.2 Sampel .....	37
3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	37
3.5 Prosedur Pengumpulan Data .....	38
3.5.1 Sumber Data.....	39
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data .....	39
3.6 Metode Analisis .....	40
3.6.1 Uji Kualitas Data.....	41
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	42
3.6.3 Uji Hipotesis.....	44
<b>BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>47</b>
4.1 Gambaran Umum Tupperware .....	47
4.1.1 Profil Tupperware .....	47
4.1.2 Visi dan Misi Tupperware Tanjungpinang .....	48
4.1.3 Disribusi Responden.....	49
4.1.4 Karakteristik Responden.....	49
4.1.5 Deskripsi Tanggapan Responden.....	52
4.2 Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	57
4.2.1 Teknik Analisis Data .....	57
4.2.2 Hasil Uji Validitas.....	58

4.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	62
4.2.4 Uji Regresi Linear Berganda.....	67
4.2.5 Uji Hipotesis.....	69
4.2.6 Pembahasan Hipotesis.....	74
<b>BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>70</b>
5.1 Kesimpulan .....	79
5.2 Saran.....	80
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>82</b>
<b>LAMPIRAN</b>	



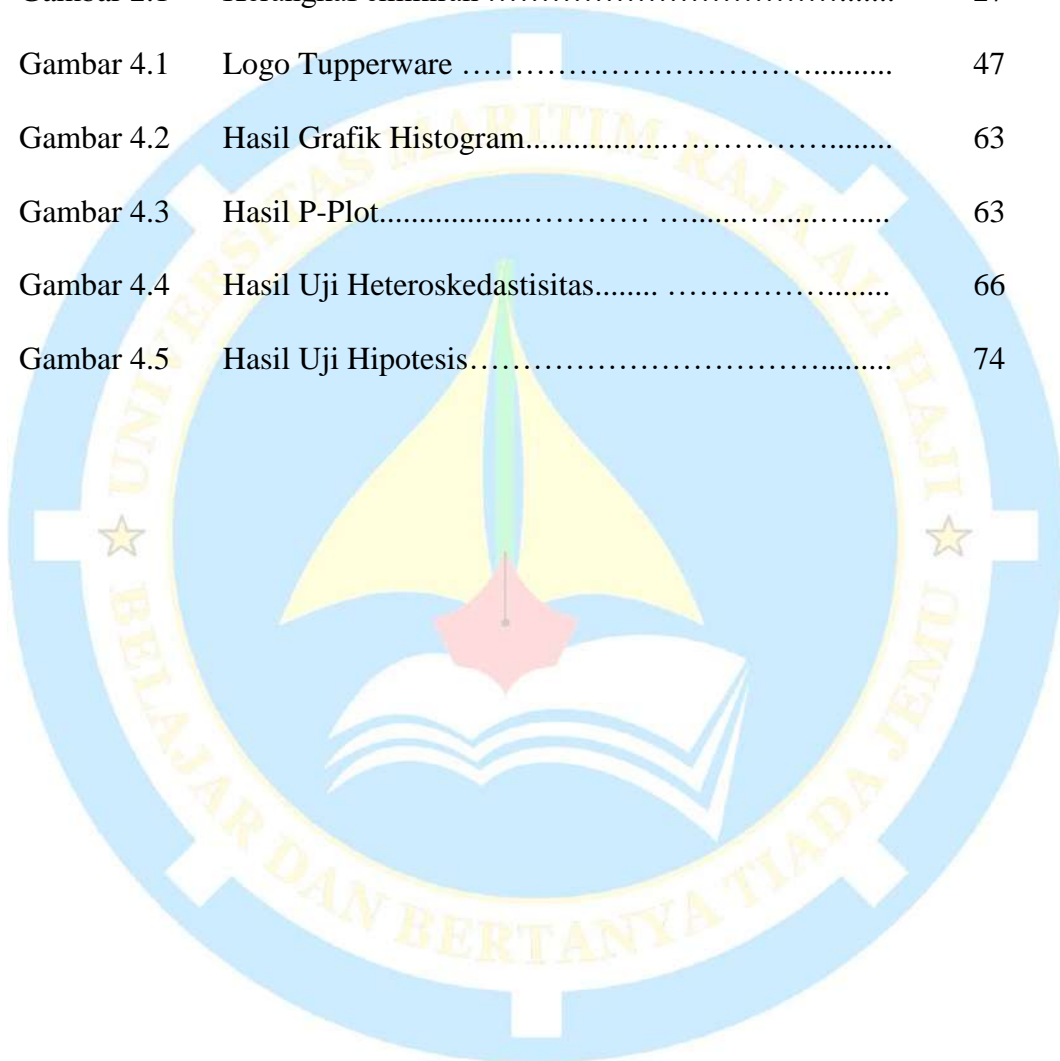
## DAFTAR TABEL

<b>No tabel</b>	<b>Uraian</b>	<b>Halaman</b>
Tabel 1.2	Top Brand Award: <i>Plastic Container Food</i> .....	3
Tabel 2.1	Review Penelitian Terdahulu .....	24
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel .....	35
Tabel 3.2	Skala Ordinal .....	40
Tabel 4.1	Data Distribusi Responden.....	49
Tabel 4.2	Karateristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin....	49
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	51
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Terhadap <i>Green Product</i> .....	52
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Terhadap <i>Green Price</i> .....	53
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Terhadap <i>Green Place</i> .....	54
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Terhadap <i>Green Promotion</i> .....	55
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Terhadap <i>Purchase Decision</i> ..	56
Tabel 4.10	Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	57
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Green Product</i> .....	58
Tabel 4.12	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Green Price</i> .....	59
Tabel 4.13	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Green Place</i> .....	59
Tabel 4.14	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Green Promotion</i> . ....	59

Tabel 4.15	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Purchase Decision</i> .....	60
Tabel 4.16	Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Green Product</i> .....	60
Tabel 4.17	Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Green Price</i> .....	61
Tabel 4.18	Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Green Place</i> .....	61
Tabel 4.19	Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Green Promotion</i> .....	62
Tabel 4.20	Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Purchase Decision</i> .....	62
Tabel 4.21	Hasil Uji <i>One Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i> .....	64
Tabel 4.22	Hasil Uji Multikolinearitas.....	65
Tabel 4.23	Hasil Uji Glejser Heteroskedastisitas .....	66
Tabel 4.24	Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	67
Tabel 4.25	Hasil Uji Parsial (Uji-t) .....	70
Tabel 4.26	Hasil Uji Simultan (Uji F) .....	★ 72
Tabel 4.27	Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	73

## DAFTAR GAMBAR

No Gambar	Uraian	Halaman
Gambar 1.1	<i>Sales Performance</i> Tupperware Bulan Januari-April 2024.....	4
Gambar 2.1	KerangkaPemikiran .....	27
Gambar 4.1	Logo Tupperware .....	47
Gambar 4.2	Hasil Grafik Histogram.....	63
Gambar 4.3	Hasil P-Plot.....	63
Gambar 4.4	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	66
Gambar 4.5	Hasil Uji Hipotesis.....	74



## DAFTAR GRAFIK

No Grafik	Uraian	Halaman
Grafik 4.1	Hasil Pie Chart Berdasarkan Usia.....	50
Grafik 4.2	Hasil Pie Berdasarkan Pekerjaan.....	51

