

**PENGARUH *GREEN MARKETING*, *GREEN AWARENESS* DAN  
*WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
MI INSTAN LEMONILO TANJUNGPINANG BARAT**

**MAYANG SARI**

**NIM 2004020080**



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

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

## LEMBAR PERSETUJUAN

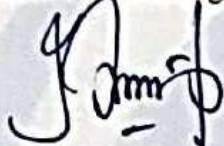
Nama : Mayang Sari  
NIM : 2004020080  
Jurusan : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh *Green Marketing*, *Green Awareness* dan *Word of Mouth*  
Terhadap Keputusan Pembelian Mi Instan Lemonilo Tanjungpinang Barat

Disetujui untuk digunakan dalam mengajukan sidang skripsi.

Tanjungpinang, 13 Juni 2024

**Menyetujui,**

Dosen Pembimbing I



Hj. Iranita S.E., M.Si  
NIP. 19700827202121003

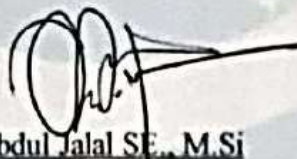
Dosen Pembimbing II



Abdul Jalal S.E., M.Si  
NIP. 198508222019031012

**Mengetahui,**

Ketua Jurusan Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim



Abdul Jalal S.E., M.Si  
NIP. 198508222019031012

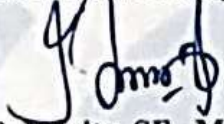
# LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Mayang Sari  
NIM : 2004020080  
Jurusan : Manajemen  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim  
Judul Skripsi : Pengaruh *Green Marketing*, *Green Awareness* dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Mi Instan Lemonilo Tanjungpinang Barat

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dosen Penguji dan telah direvisi sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S1) pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim di Universitas Maritim Raja Ali Haji.

Menyetujui,

Dosen Pembimbing I

  
Hj. Iranita, S.E., M.Si  
NIP. 19700827202121003

Dosen Pembimbing II

  
Abdul Jalal, S.E., M.Si  
NIP. 198508222019031012

Panitia Penguji

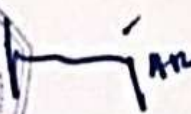
Nama	Jabatan	Tandatangan	Tanggal
1. <u>Dr. Myrna Sofia, S.E., M.Si</u> NIP. 198207032015042001	Ketua Penguji		7/8/2024
2. <u>Hj. Iranita, S.E., M.Si</u> NIP. 19700827202121003	Penguji I		2/8/2024
3. <u>Imalinda Deryane, S.Pd., M.M</u> NIP. 199112122022032016	Penguji II		06-08-24
4. <u>Abdul Jalal, S.E., M.Si</u> NIP. 198508222019031012	Penguji III		2/8/2024
5. <u>Dr. Winata Wira, SE., M.Ec</u> NIP. 198106082014041001	Penguji IV		02/08/2024

Tanggal Lulus : 30 Juli 2024

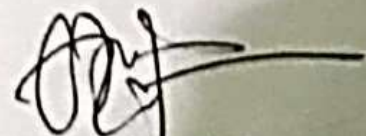
Mengetahui,

Plt. Dekan Fakultas Ekonomi  
dan Bisnis Maritim



  
Dr. Suryadi, S.P., M.H  
NIP. 197708052021211005

Ketua Jurusan Manajemen

  
Abdul Jalal, S.E., M.Si  
NIP. 198508222019031012

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Nama : Mayang Sari  
Nim : 2004020080  
Jurusan : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Maritim  
Judul Skripsi : Pengaruh *Green Marketing*, *Green Awareness* dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Mi Instan Lemonilo Tanjungpinang Barat.

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan Karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di 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, Juni 2024  
Yang membuat pernyataan,

  
MAYANG SARI  
NIM. 2004020080

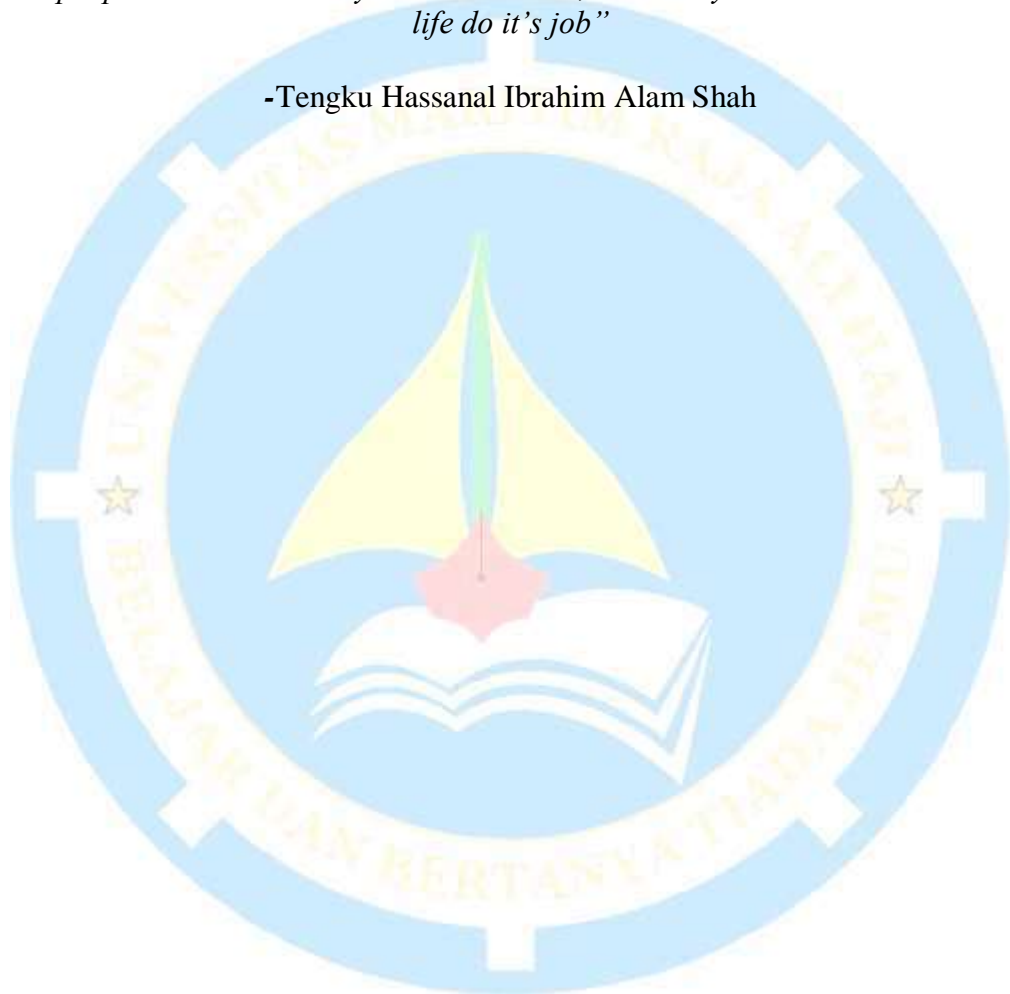
## **MOTTO**

*“Part of growing up and moving into new chapters of your life is about catch or release. What I mean by that is, knowing what things to keep and what things to release. You can’t carry all things! So decide what is yours to hold and let the rest go”*

-Taylor Swift

*“Let people become who they are meant to be, not what you want them to be. Let life do it’s job”*

-Tengku Hassanal Ibrahim Alam Shah



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh *Green Marketing*, *Green Awareness* dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Mi Instan Lemonilo Tanjungpinang Barat”** terselesaikan dengan baik. Tidak lupa shalawat beserta salam selalu terlafadzkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW sebagai junjungan kehidupan umat muslim. Adapun penyusunan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim Universitas Maritim Raja Ali Haji. Oleh Karena itu pada kesempatan kali ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Terimakasih kepada Pihak Universitas Maritim Raja Ali Haji yang dipimpin oleh Rektor Bapak Prof. Dr. Agung Dhamar Syakti S.Pi, DEA.
2. Terima kasih kepada Pihak Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim Universitas Maritim Raja Ali Haji yang dipimpin oleh Plt Dekan Bapak Dr. Suryadi, S.P., M.H.
3. Terima kasih kepada Pihak Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim Universitas Maritim Raja Ali Haji yang diketuai oleh Bapak Abdul Jalal, SE., M.Si
4. Terima kasih Kepada Dosen Pembimbing I yaitu Ibu Hj. Iranita, SE., M.Si yang telah membimbing dan memberikan semangat serta arahan dalam penyelesaian penelitian ini kepada penulis

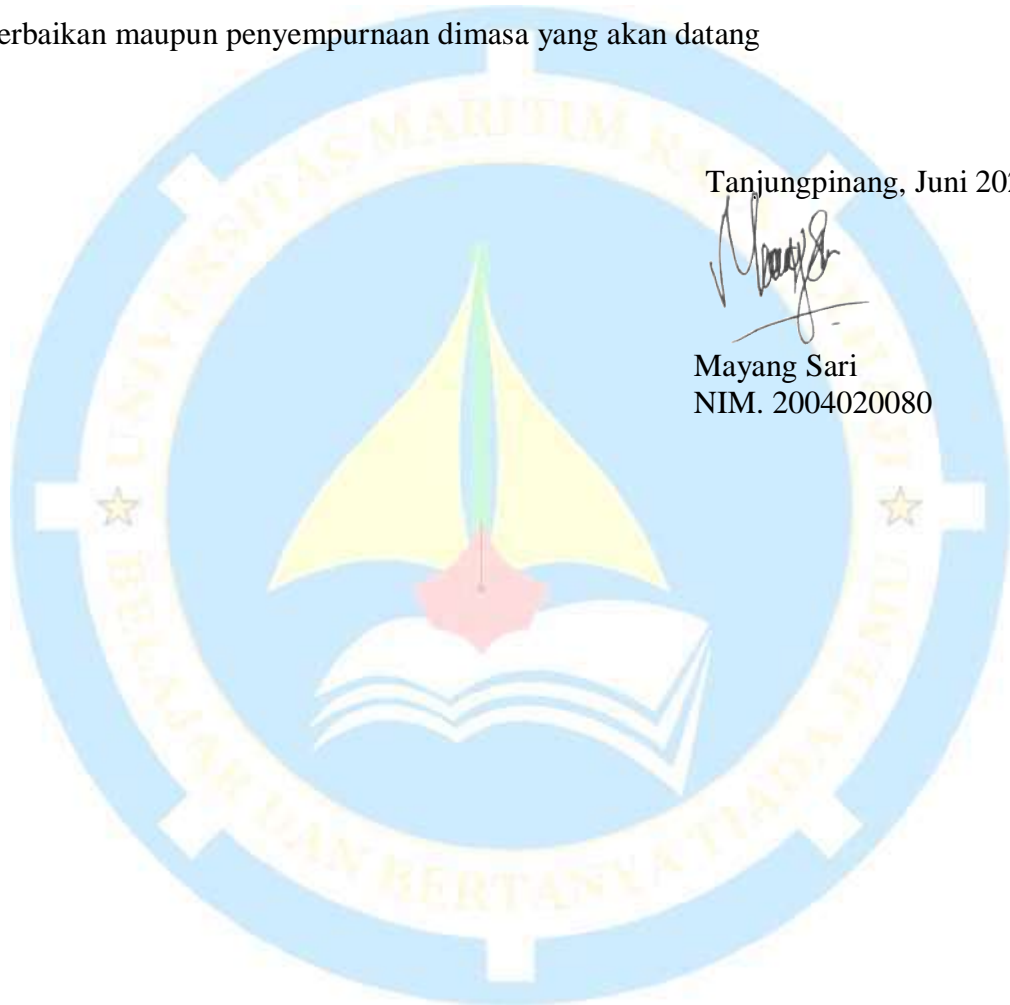
5. Terima kasih Kepada Dosen Pembimbing II yaitu Bapak Abdul Jalal, SE., M.Si yang telah memberikan bimbingan dan semangat kepada penulis.
6. Terimakasih kepada Bapak/Ibu Dosen Manajemen dan Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim atas segala ilmu dan bantuan selama menjadi mahasiswa.
7. Terimakasih kepada keluarga besar atas segala dukungan dan doa serta bantuan fasilitas maupun sarana dan prasarana kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian.
8. Terima kasih kepada bapak “Ibukota Prancis” yang selalu ada dalam suka maupun duka, menjadi pendengar, penyemangat, penasihat dan senantiasa membantu serta menemani penulis, yang selalu sedia meluangkan waktu dan juga tenaganya untuk terus kebersamai penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
9. Terima kasih kepada Hurin, Franciska, Siti dan Retno selaku manusia yang sudah menjadi sahabat penulis sejak SMK dan masih mau kebersamai hingga kini.
10. Terima kasih kepada teman-teman seperjuangan yang juga telah kebersamai penulis selama berada di masa perkuliahan ini, serta semua orang yang baik secara langsung maupun tidak langsung telah membantu dalam pengerjaan Skripsi ini.

Akhirnya penulis berharap semoga penelitian ini bermanfaat bagi semua pihak yang membaca maupun yang membantu. Penulis sadar bahwa masih jauh dari kata sempurna, sehingga dengan keterbatasan pengetahuan, kemampuan dan juga waktu, penulis telah berusaha semaksimal mungkin dalam menyelesaikan penelitian ini, akhir kata penulis mengharapkan kritik dan juga saran demi perbaikan maupun penyempurnaan dimasa yang akan datang

Tanjungpinang, Juni 2024



Mayang Sari  
NIM. 2004020080





## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GRAFIK</b> .....	<b>xvii</b>
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	15
1.3 Perumusan Masalah.....	16
1.4 Pembatasan Masalah.....	16
1.5 Tujuan Penelitian.....	17
1.6 Manfaat Penelitian.....	17
1.7 Sistematika Penelitian.....	18
<b>BAB II : KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b> .....	<b>20</b>

2.1 Kajian Pustaka .....	20
2.1.1 <i>Green Marketing</i> .....	20
2.1.1.1 Pengertian <i>Green Marketing</i> .....	20
2.1.1.2 Indikator <i>Green Marketing</i> .....	22
2.1.2 <i>Green Awareness</i> .....	23
2.1.2.1 Pengertian <i>Green Awareness</i> .....	23
2.1.2.2 Indikator <i>Green Awareness</i> .....	26
2.1.3 <i>Word of Mouth</i> .....	27
2.1.3.1 Pengertian <i>Word of Mouth</i> .....	27
2.1.3.2 Indikator <i>Word of Mouth</i> .....	29
2.1.4 Keputusan pembelian .....	29
2.1.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian .....	29
2.1.4.2 Indikator Keputusan Pembelian .....	30
2.2 Riview Penelitian Terdahulu .....	32
2.3 Kerangka Pemikiran .....	35
2.4 Pengembangan Hipotesis .....	37
2.4.1 Pengaruh <i>Green Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	37
2.4.2 Pengaruh <i>Green Awareness</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	39
2.4.3 Pengaruh <i>Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	40
2.4.4 Pengaruh <i>Green Marketing, Green Awareness</i> dan <i>Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	41
2.5 Hipotesis .....	42

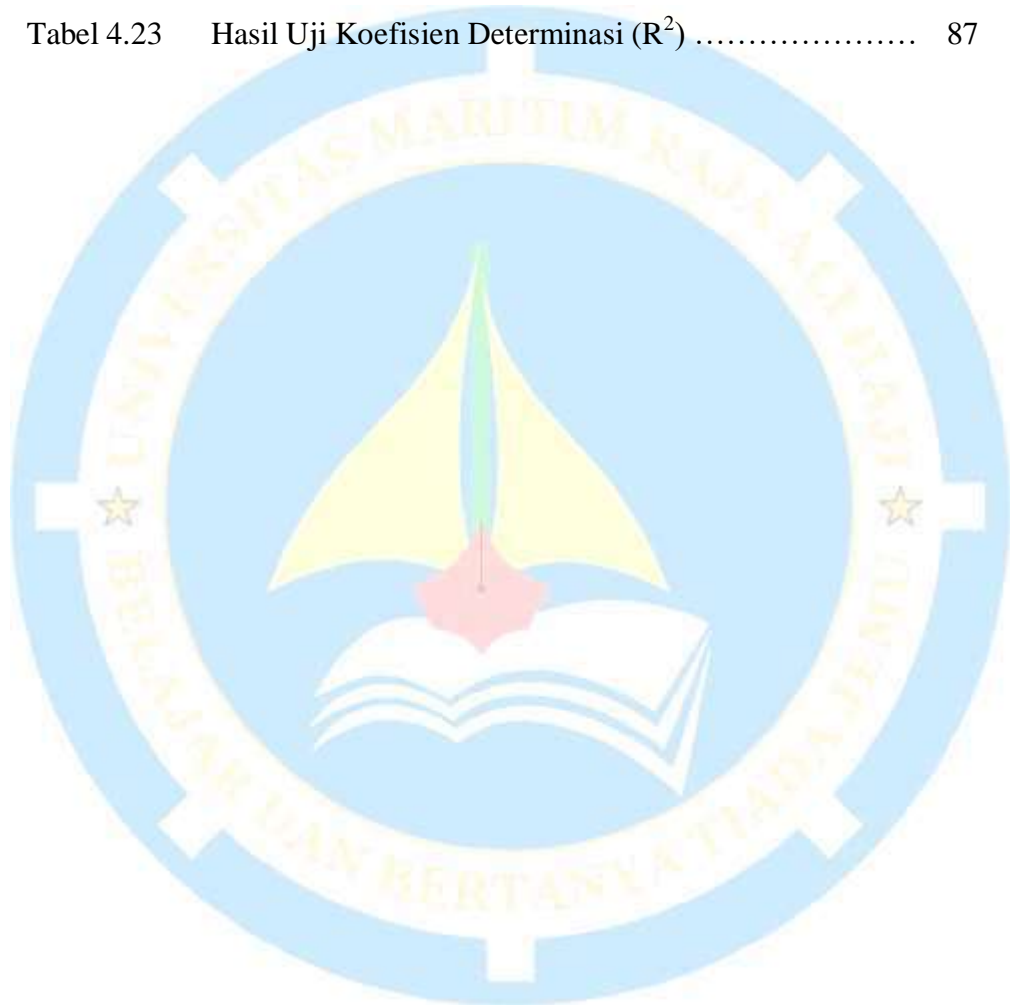
<b>BAB III : METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>44</b>
3.1 Objek dan Ruang Lingkup Penelitian .....	44
3.2 Metode Penelitian .....	44
3.3 Operasionalisasi Variabel Penelitian .....	45
3.3.1. Variabel Independen .....	45
3.3.2 Variabel Dependen .....	45
3.4 Metode Penentu Populasi dan Sampel .....	49
3.4.1 Populasi .....	49
3.4.2 Sampel .....	49
3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel .....	49
3.5 Prosedur Pengumpulan Data .....	51
3.5.1 Data Primer .....	52
3.5.2 Data Sekunder .....	52
3.6 Metode Analisis .....	52
3.6.1 Uji Kualitas Instrumen .....	54
3.6.1.1 Uji Validitas .....	54
3.6.1.2 Uji Reliabilitas .....	54
3.6.2 Uji Kualitas Data .....	55
3.6.2.1 Uji Normalitas .....	55
3.6.2.2 Uji Multikolinearitas .....	55
3.6.2.3 Uji Heterosdekastisitas .....	56
3.6.3 Analisis Regresi Linear Berganda .....	57
3.6.4 Pengujian Hipotesis .....	57

3.6.4.1 Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t) .....	57
3.6.4.2 Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F) .....	58
3.6.4.3 Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	59
<b>BAB IV : HASIL PENELITIAN DANN PEMBAHASAN .....</b>	<b>60</b>
4.1 Gambaran Umum PT Lemonilo .....	60
4.1.1 Profil PT Lemonilo Indonesia Sehat .....	60
4.1.2 Visi dan Misi PT Lemonilo Indonesia Sehat .....	61
4.1.3 Distribusi Responden .....	62
4.1.4 Karakteristik Responden .....	62
4.1.5 Deskripsi Tanggapan Responden .....	64
4.2 Hasil Penelitian dan Pembahasan .....	71
4.2.1 Teknik Analisis Data .....	71
4.2.2 Pengujian Kualitas Data .....	72
4.2.3 Uji Asumsi Klasik .....	76
4.2.4 Uji Regresi Linear Berganda .....	81
4.2.5 Uji Hipotesis .....	83
4.2.6 Pembahasan Hipotesis .....	88
<b>BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>96</b>
5.1 Kesimpulan .....	96
5.2 Saran .....	97
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>99</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Review Penelitian Terdahulu .....	32
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel Penelitian .....	46
Tabel 3.2	Jumlah Penduduk Kota Tanjungpinang .....	49
Tabel 3.3	Skala <i>Likert</i> Pada Penelitian .....	53
Tabel 4.1	Distribusi Responden .....	62
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin...	63
Tabel 4.3	Karakteristik Respondenn Berdasarkan Usia .....	64
Tabel 4.4	Tanggapan Responden Mengenai <i>Green Marketing</i> ....	65
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Mengenai <i>Green Awareness</i> ....	66
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Mengenai <i>Word of Mouth</i> .....	68
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian .....	69
Tabel 4.8	Hasil Uji Deskriptive .....	71
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas <i>Green Marketing</i> .....	72
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas <i>Green Awareness</i> .....	73
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas <i>Word of Mouth</i> .....	73
Tabel 4.12	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian .....	74
Tabel 4.13	Hasil Reliabilitas Variabel <i>Green Marketing</i> .....	74
Tabel 4.14	Hasil Reliabilitas Variabel <i>Green Awareness</i> .....	75
Tabel 4.15	Hasil Reliabilitas Variabel <i>Word of Mouth</i> .....	75
Tabel 4.16	Hasil Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian .....	76
Tabel 4.17	Hasil Uji <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov</i> .....	78

Tabel 4.18	Hasil Uji Multikolinearitas .....	79
Tabel 4.19	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	81
Tabel 4.20	Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	81
Tabel 4.21	Hasil Uji Parsial (Uji-t) .....	84
Tabel 4.22	Hasil Uji Simultan (Uji F) .....	86
Tabel 4.23	Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	87



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Isu Lingkungan Paling Disorot Lintas Negara.....	2
Gambar 1.2	Negara Pengonsumsi Mi Instan Terbanyak .....	3
Gambar 1.3	Kemasan Mi Instan Lemonilo .....	5
Gambar 1.4	Merek Mi Instan Paling Sering Dikonsumsi di Indonesia .....	7
Gambar 1.5	Pendapatan Penjualan Mi Instan di Indonesia .....	8
Gambar 1.6	Jumlah Produk Ramah Lingkungan yang Teregistrasi Tahun 2018 .....	10
Gambar 1.7	Jenis Produk ramah lingkungan paling Banyak Dibeli .....	10
Gambar 1.8	Negara ASEAN Paling Ramah Lingkungan .....	12
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran .....	36
Gambar 4.1	Hasil Grafik Histogram .....	77
Gambar 4.2	Hasil P-Plot .....	77
Gambar 4.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas Grafik <i>Scatterplot</i> .....	80
Gambar 4.4	Hasil Uji Hipotesis .....	88

## DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1 Hasil *Pie Chart* Berdasarkan Jenis Kelamin..... 63

Grafik 4.2 Hasil *Pie Chart* Berdasarkan Usia ..... 64

