

ABSTRACT

As the time goes by, the environmental damage, especially in Indonesia, is getting worse. Therefore, public awareness about the importance of environmental preservation has also increased. It made many producers of various types of products start using eco-friendly materials. This creates a new phenomenon in marketing called a green marketing concept.

One of the brands that applies the green marketing concept is Innisfree. Innisfree is a South Korean brand that focus on producing cosmetics and skin care products made from natural ingredients also participate in environmental preservation. Green marketing is a marketing concept to sell products that are designed to minimize the negative impact on the environment.

The purpose of this study is to know how the influence of green marketing for purchase decisions with brand image as a mediators, case study of Innisfree Bandung. This research was conducted by using a quantitative method with 100 respondents. Data collection is done through the distribution of online questionnaires to the community in the Bandung Region. The method of analysis used is descriptive analysis and path analysis.

This reseacrh found that green marketing has a positive and significant effect on Innisfree's brand image, where brand images can encourage consumer purchase decisions to buy Innisfree's products.

Keywords: green marketing, brand image, purchasing decision, path analysis

ABSTRAK

Kerusakan yang terjadi pada lingkungan khususnya di Indonesia kian semakin parah. Sehingga kesadaran masyarakat akan pentingnya pelestarian lingkungan pun semakin meningkat. Kesadaran masyarakat akan pelestarian lingkungan ini membuat banyak produsen dari beberapa macam produk mulai beralih menggunakan bahan-bahan yang ramah lingkungan. Hal ini menimbulkan fenomena baru dalam dunia pemasaran yaitu berupa konsep *green marketing*.

Salah satu *brand* yang menerapkan konsep *green marketing* yaitu Innisfree, yang merupakan brand kosmetik dan *skin care* asal korea selatan. Green marketing merupakan suatu konsep pemasaran untuk menjual produk yang dirancang untuk meminimalisir dampak negatif terhadap lingkungan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh *green marketing* terhadap keputusan pembelian dengan *brand image* mediator, studi kasus pada Innisfree Bandung. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif dengan sampel sebanyak 100 responden. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara *online* kepada masyarakat di Wilayah Bandung. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan *path analysis*.

Penelitian ini menemukan bahwa *green marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand image* Innisfree, dimana *brand image* dapat mendorong keputusan pembelian konsumen untuk membeli produk Innisfree.

Kata kunci : *green marketing*, *brand image*, keputusan pembelian, *path analysis*.

kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu saya dan bagi pihak lain, serta dapat dijadikan bahan pembelajaran untuk penelitian yang lebih baik dimasa yang akan datang.

Bandung, 24 Desember 2018

Gina Karlina

1501150255

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan Skripsi ini yang berjudul “Pengaruh *Green Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian dengan *Brand Image* Sebagai Mediator (Studi Pada Innisfree Bandung)”.

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan sarjana Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom. Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak yang telah memberikan masukan kepada penulis. Untuk itu penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Kedua orang tua penulis yang senantiasa memberikan dukungan baik dalam bentuk materi maupun non materi dan doa kepada penulis dalam melaksanakan penulisan skripsi ini.
2. Ibu Retno Setyorini, S.T., M.M yang telah membimbing, memberi semangat dan memberikan arahan, kritik, dan saran saat penyusunan skripsi.
3. Seluruh dosen Program Studi Administrasi Bisnis yang telah memberikan ilmu dan pengetahuannya dalam mengajar sehingga pengetahuan yang diajarkan dapat digunakan sebagai bahan penelitian serta membantu penulis dalam mendapatkan teori-teori untuk kebutuhan penelitian ini.
4. Teguh Maulana yang senantiasa memberikan semangat, motivasi dan dukungan, juga selalu ada disaat saya penat dan membutuhkan bantuan selama proses penyusunan skripsi ini berlangsung.
5. Teman-teman dekat terutama Hanna Diana Putri Sinaga yang selalu memberikan motivasi dan bantuan dalam penyusunan skripsi ini
6. Teman-teman satu kelas semasa kuliah Ab-39-03 yang memberikan canda, tawa, dan kenangan manis selama perkuliahan.
7. Keluarga UKM Bola yang selalu memberi dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan penyusunan skripsi, dan waktu kebersamaan yang menyenangkan selama perkuliahan di Universitas Telkom.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Dengan segenap kerendahan hati saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa Tugas akhir ini dengan judul :

“Pengaruh *Green Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian dengan *Brand Image* Sebagai Mediator (Studi Pada Innisfree Bandung)”.

adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan kecuali melalui pengutipan sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku. Saya bersedia menanggung risiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila ditemukan pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam tugas akhir.

Bandung, 25 Desember 2018

Gina Karlina

1501150255

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH GREEN MARKETING TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN BRAND IMAGE
SEBAGAI MEDIATOR (Studi Pada Innisfree Bandung)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Memperoleh Gelar Sarjana
Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis

Disusun Oleh:

Gina Karlina

1501150255



Pembimbing

Retno Setyorini, S.T., M.M.

NIP. 08800015-1

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TELKOM**

2019

**PENGARUH GREEN MARKETING TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN BRAND IMAGE
SEBAGAI MEDIATOR
(Studi Pada Innisfree Bandung)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Memperoleh Gelar Sarjana
Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis

Disusun Oleh :
Gina Karlina
1501150255



**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG
2019**