

**PENGARUH *GREEN MARKETING* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK THE BODY SHOP
PADA MAHASISWA FE UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
ANGKATAN 2017 (UNJ)**

IRDA MAINI

1702517001



Karya Ilmiah ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapatkan Gelar Ahli Madya pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2020

***THE INFLUENCE OF GREEN MARKETING ON
PURCHASING DECISION THE BODY SHOP PRODUCT
AMONG STUDENTS OF FACULTY ECONOMY, STATE
UNIVERSITY OF JAKARTA BATCH 2017 (UNJ)***

IRDA MAINI

1702517001



This final research project was written to fulfill one of the requirements to get an Associate Degree at the Faculty of Economics, Jakarta State University

STUDY PROGRAM DIII MARKETING MANAGEMENT

FACULTY OF ECONOMY

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2020

ABSTRAK

Irda Maini, 2020; Pengaruh *Green Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Produk The body shop. Karya Ilmiah, Program Studi DIII Manajemen Pemasaran. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk: 1) Mengetahui bagaimana deskripsi tentang *Green Marketing* dan Keputusan pembelian pada produk The body shop. 2) mengetahui apakah ada pengaruh green marketing terhadap keputusan pembelian produk the body shop. Pada penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, data diperoleh dengan cara penyebaran kuesioner secara online. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden yaitu mahasiswa FE UNJ 2017 yang pernah membeli atau menggunakan produk The body shop. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear sederhana. Hasil dari penelitian ini dapat diketahui bahwa variabel *Green Marketing* berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan pembelian produk The body shop sebesar 79,1% dan sisa 20,9% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

Kata Kunci: *Green marketing*, Keputusan Pembelian

ABSTRACT


Irda Maini, 2020; The influence of green marketing on deciding the purchase of the body shop products among students of economy faculty batch 2017, A final project for marketing management study vocational program. Faculty of Economics. State University of Jakarta.

This aims of this study are to 1) Define the Green Marketing and Purchasing decision 2) Identfyng whether green marketing has and impact on one's purchasing decision for the Body shop's products. The study will use the sampling technique, specifically purposive sampling, where the data would be obtained by distributing online questionnaires. This study will use the the sample from the 100 respondents who have bought, are using or used the products from the body shop. The analytical method used in this study is a simple linear regression analysis. The result of this study shows that the green marketing variable significantly affects the purchasing decision variable for 79,1% and the remaining 20,9% is influenced by other factors outside this study.

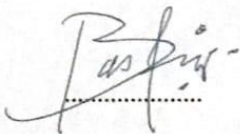

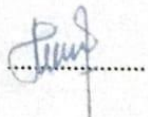
Keyword : Green marketing, Purchasing decision

LEMBAR PENGESAHAN KARYA ILMIAH

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd.
NIP. 197207152001121001

No.	Nama	Tanda tangan	Tanggal
1.	<u>Dra. Basrah saidani, M.Si.</u> NIP. 196301191992032001 (Ketua Sidang)		27 Agustus 2020
2.	<u>M. Edo Suryawan Siregar . S.E..M.B.A</u> NIP. 1972012520002121002 (Penguji Ahli)		27 Agustus 2020
3.	<u>Dra. Sholikhah, M.M.</u> NIP. 196206231990032001 (Dosen Pembimbing)		27 Agustus 2020

Nama : Irda Maini
No. Registrasi : 1702517001
Program Studi : DIII Manajemen Pemasaran
Tanggal Lulus :

LEMBAR ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Irda Maini

NIM : 1702517001

Program Studi : DIII Manajemen Pemasaran

Tahun Ajaran : 2017

Dengan ini menyatakan bahwa isi dari karya ilmiah dengan judul **“PENGARUH GREEN MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN THE BODY SHOP (STUDI KASUS MAHASISWA/I FE UNJ 2017)”** ini adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri, dan saya tidak melakukan plagiarisme atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam keilmuan.

Atas Pernyataan ini saya siap menerima tindakan/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan pelanggaran atas etika akademik dalam karya ilmiah saya ini, atau ada klaim terhadap keaslian karya ilmiah ini.

Jakarta, 31 Agustus 2020

Yang Menyatakan,

METERAI
TEMPEL
4A41CAHF5B6037587
6000
ENAM RIBU RUPIAH
Irda Mami

**SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA
ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Irda Maini
NIM : 1702517001
Program Studi : DIII Manajemen Pemasaran
Perguruan Tinggi : Universitas Negeri Jakarta

Dengan ini menyetujui untuk memberikan ijin kepada pihak **Universitas Negeri Jakarta**, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalti-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul "**Pengaruh Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian The Body Shop (Survei Pada Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi Angkatan 2017 Universitas Negeri Jakarta)**", beserta perangkat yang diperlukan (apabila ada).

Dengan **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif** ini pihak **Universitas Negeri Jakarta** berhak menyimpan, mengalih-media atau *format*-kan, mengelolanya dalam pangkalan data (*database*), mendistribusikannya dan menampilkan atau mempublikasikannya di *internet* atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari kami selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta karya ilmiah tersebut.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 27 Agustus 2020

Yang menyatakan,


Irda Maini

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah karena atas karunia nya karya tulis ilmiah yang berjudul "Pengaruh promosi *Green marketing* terhadap keputusan pembelian produk The body shop pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta angkatan 2017" dapat diselesaikan dengan baik.

Karya ilmiah ini disusun untuk untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapatkan Gelar Ahli Madya pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta, Penulis mendapat banyak bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu, melalui kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang tulus kepada:

1. Dra. Sholikhah M.M selaku dosen pembimbing, ibu, dan Koordinator Program Studi D3 Manajemen Pemasaran yang telah banyak membantu dan membimbing penulis dalam proses penulisan karya ilmiah ini.
2. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd, Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Dosen-dosen D-III Manajemen Pemasaran yang telah memberikan ilmu yang sangat berguna dan tak ternilai harganya
4. Teman-teman D3 manajemen pemasaran A dan B 2017, Mega Dwi Silvia, Hayfa Izzat, Rafita Maiyola dan seluruh teman-teman tercinta dari fakultas ekonomi yang senantiasa memberi semangat dan informasi ke penulis atas penulisan karya ilmiah ini.

Penulis menyadari bahwa karya tulis ilmiah ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca yang bersifat membangun demi kesempurnaan karya tulis ilmiah ini. Penulis berharap semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat kita semua.

Jakarta, 13 Agustus 2020

Irda Maini

