

PENGARUH *GREEN MARKETING* DAN *DIGITAL MARKETING* TERHADAP MINAT BELI PRODUK WARDAH

SKRIPSI

DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS-TUGAS DAN MEMENUHI SALAH SATU SYARAT GUNA MEMPEROLEH GELAR SARJANA MANAJEMEN



**YOLA MAHARANI WAHYUDIN
NPM S1 02190219**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA
2024**

**PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Yola Maharani Wahyudin
NPM : S1 – 02190219
Judul : Pengaruh *Green Marketing* dan *Digital Marketing* Terhadap
Minat Beli Produk Wardah

Tim Penguji
Dosen Pembimbing

Syarief Gerald Prasetya, S.E., M.M., M.Si., M.Ak.

Dosen Penguji I

Dosen Penguji II

Yustiana Wardhani, S.Hut., MM

Hj. Gen Gen Gendalasari, Dra., M.M

Mengetahui:

Ketua Prodi

DEKAN

Yustiana Wardhani, S.Hut., M.M.

Yustiana Wardhani, S.Hut., M.M.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah Swt yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, atas ridhanya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH *GREEN MARKETING* DAN *DIGITAL MARKETING* TERHADAP MINAT BELI PRODUK WARDAH”**.

Penulis menyadari bahwa penulisan ini tidak dapat terselesaikan tanpa dukungan dari berbagai pihak baik moril maupun materil. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Bapak Dr. Ismulyana Djan, S.E., M.M., selaku Rektor Universitas Binaniaga Indonesia Bogor.
2. Bapak Dr. Yuli Anwar, S.E., M.Ak., selaku Wakil Rektor I Universitas Binaniaga Indonesia dan Bapak Dedy Mulyadi, S.Si., M.Kom., selaku Wakil Rektor II Universitas Binaniaga Indonesia.
3. Ibu Yustiana Wardhani, S. Hut., M.M., selaku Dekan Fakultas Ilmu Ekonomi dan Bisnis Universitas Binaniaga Indonesia.
4. Bapak Syarief Gerald Prasetya, S.E., M.M., M.Si., M.Ak selaku Dosen Pembimbing yang telah mengarahkan dan membimbing penulis sampai dengan selesainya skripsi ini.
5. Para dosen Universitas Binaniaga Indonesia yang berjasa besar dalam membimbing penulis selama studi.

6. Kepada kedua orangtuaku yang tercinta dan tersayang, Ayahanda Alm. Wawan Wahyudin dan Mamaku yang cantik Yuni Sumyati, terimakasih sudah menjadi orangtua yang sabar menghadapi penulis ini, terimakasih yang selalu melangitkan doa-doa baik serta memberikan motivasi untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, terimakasih sudah mengantarkan penulis sampai ditempat ini, terimakasih sudah mengantarkan kasih sayang dan memberikan sandaran terkuat dari kerasnya dunia ini.
7. Kepada keponakan saya, Ardhan Putra Setiawan dan Aresha, yang selalu memberikan penulis semangat dan dukungan melalui celotehanannya yang lucu nangemes, sehat selalu untuk keponakanku.
8. Terimakasih untuk keluarga besar yang telah memberikan dukungan baik secara moril.
9. Kepada sahabat seperjuangan Aryati Selviyana, Ainun Sekarwati, Khairunnisa Ruhiyat yang telah bersedia memberikan semangat serta saran dalam proses penyusunan proposal skripsi.
10. Kepada orang yang telah memberikan patah hati, terimakasih luka yang telah diberikan disaat proses penyusunan skripsi, terimakasih menjadi pengingat untuk penulis sehingga bisa membuktikan dengan elegan bahwa kesuksesan akan mengundang cinta yang berkelas. Terimakasih untuk banyak hal yang menyakitkan dan menjadi proses pendewasaan.
11. *Last but not least*, terimakasih untuk diri saya Yola Maharani Wahyudin yang telah kuat sampai detik ini, yang mampu mengendalikan diri dari tekanan dari luar. Yang tidak menyerah sesulit apapun rintangan kuliah

ataupun proses penyusunan skripsi, yang mampu berdiri tegak ketika dihantam permasalahan yang ada. Terimakasih untuk diriku semoga tetap rendah hati, ini baru awal dari semuanya semangat.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan proposal masih terdapat banyak keterbatasan dan kekurangan pengetahuan serta pengalaman yang dimiliki oleh penulis oleh karena itu penulis mengharapkan segala bentuk saran yang membangun dari berbagai pihak. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi saya, maupun pihak-pihak yang berkepentingan.

Bogor, 27 Juli 2024

Yola Maharani Wahyudin

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB IPENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	11
C. Batasan Masalah.....	12
D. Rumusan Masalah	13
E. Tujuan Penelitian	13
F. Manfaat Penelitian	14
G. Sistematika Penulisan	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	17
A. <i>Green Marketing</i>	17
B. <i>Digital Marketing</i>	21
C. Minat Beli	24
D. Penelitian Terdahulu	29
E. Kerangka Pemikiran.....	33
F. Hipotesis.....	34
BAB III METODE PENELITIAN	38
A. Metode Penelitian.....	38
B. Objek Penelitian	38
C. Variabel Penelitian dan Operasional Variabel	39
D. Populasi dan Sampel	43
E. Metode Pengumpulan Data	44
F. Metode Analisa Data.....	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	59

A. Deskripsi Objek Penelitian.....	59
B. Profil Responden.....	61
C. Analisis Data	63
D. Pembahasan.....	80
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	84
A. Kesimpulan	84
B. Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN.....	90

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Hasil Pra-Survei Berdasarkan <i>Green Marketing</i>	9
Tabel 2 Hasil Pra-Survei berdasarkan <i>Digital Marketing</i>	9
Tabel 3 Hasil Pra-Survei berdasarkan Minat Beli.....	10
Tabel 4 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 5 Operasional Variabel	40
Tabel 6 Skala Likert	46
Tabel 7 Rentang Skala	49
Tabel 8 Interval Koefisien Koefisien Korelasi.....	53
Tabel 9 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.	
Tabel 10 Profil Responden Berdasarkan Usia	62
Tabel 11 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	62
Tabel 12 Uji Validitas Terhadap Indikator Variabel MB	63
Tabel 13 Uji Validitas Terhadap Indikator Variabel GM	64
Tabel 14 Uji Validitas Terhadap Indikator Variabel DM	65
Tabel 15 Uji Reliabilitas Terhadap Indikator Variabel MB (Y)	66
Tabel 16 Uji Reliabilitas Terhadap Indikator Variabel GM (X1).....	66
Tabel 17 Uji Reliabilitas Terhadap Indikator Variabel DM (X2).....	67
Tabel 18 Rentang Skala Jawaban Indikator Responden	68
Tabel 19 Hasil Analisis Deskriptif.....	68
Tabel 20 Indeks Jawaban Responden Indikator Variabel MB.....	69
Tabel 21 Indeks Jawaban Responden Indikator Variabel GM	70
Tabel 22 Indeks Jawaban Responden Indikator Variabel DM	70
Tabel 23 Hasil Uji Multikolonieritas	72
Tabel 24 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	73
Tabel 25 Hasil Uji Linearitas <i>Green Marketing</i> Terhadap Minat Beli	74
Tabel 26 Hasil Uji Linearitas <i>Digital Marketing</i> Terhadap Minat Beli.....	74
Tabel 27 Hasil Uji Analisis Koefisien Korelasi.....	75
Tabel 28 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	76
Tabel 29 Hasil Uji Parsial (Uji T)	78
Tabel 30 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	79
Tabel 31 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Philosophy Wardah	3
Gambar 2 Penjualan Produk Kosmetik	7
Gambar 3 Kerangka Pemikiran	33
Gambar 4 Grafik Hasil Uji Normalitas	72

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 KUESIONER PENELITIAN	90
Lampiran 2 Tabulasi Data Mentah Uji Validasi dan Uji Reliabilitas	97
Lampiran 3 Hasil Output SPSS Uji Validitas	100
Lampiran 4 Hasil Output SPSS Uji Reliabilitas	108
Lampiran 5 Hasil Output SPSS Distribusi Frekuensi Profil Responden	109
Lampiran 6 Tabulasi Data Mentah Kuesioner 100 Responden	110
Lampiran 7 Hasil Output Analisis Deskriptif SPSS	118
Lampiran 8 Hasil Output SPSS Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel.....	118
Lampiran 9 Hasil Output SPSS Uji Normalitas.....	128
Lampiran 10 Hasil Output SPSS Uji Multikolonieritas.....	128
Lampiran 11 Hasil Output SPSS Uji Heterokedasitas	129
Lampiran 12 Hasil Output SPSS Uji Linearitas.....	129
Lampiran 13 Hasil Output SPSS Uji Koefisien Korelasi	129
Lampiran 14 Hasil Output SPSS Uji Analisis Regresi Liner Berganda dan Uji Parsial (t).....	130
Lampiran 15 Hasil Output SPSS Uji Simultan (F)	130
Lampiran 16 Hasil Output SPSS Uji Koefisien Determinasi (R ²)	130
Lampiran 17 Tabel t.....	131
Lampiran 18 Tabel F.....	139
Lampiran 19 Tabel t Product Moment.....	149