

SKRIPSI
PENGARUH *GREEN MARKETING* DAN *BRAND*
***INNOVATION* TERHADAP INTENSI PEMBELIAN**
PRODUK AQUA DI JAKARTA BARAT



DISUSUN OLEH:

NAMA : STEVAN HARDINATA

NIM : 115149101

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-
SYARAT GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA
EKONOMI**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI**

JAKARTA

2020

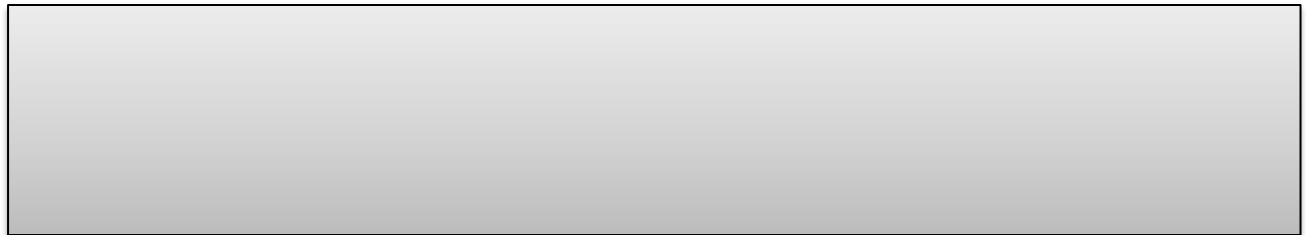
SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama mahasiswa : Stevan Hardinata

NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115149101

Program Studi : Manajernen Pemasaran



Dengan ini saya menyatakan, apabila dalam pembuatan skripsi ternyata saya:

1. Melakukan plagiat/menyontek;
2. Mengutip tanpa menyebut sumbernya;
3. Menggunakan data fiktif atau memanipulasi data;
4. Melakukan riset perusahaan fiktif (hal ini Jurusan Akuntansi/Manajemen dapat konfirmasi langsung ke perusahaan terkait sesuai dengan surat risetnya).

Saya bersedia dikenakan sanksi berupa pembatalan skripsi dan diskors maksimal 2 (dua) semester. Kemudian apabila hal di atas terbukti setelah lulus ujian skripsi/komprehensif saya bersedia dinyatakan batal skripsi dan kelulusannya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 2 Juli 2020



Stevan Hardinata

Catatan:

1. Asli dikembalikan ke jurusan Akuntansi/Manajemen dan difotocopy untuk mahasiswa yang bersangkutan.
2. Harap disertakan pada skripsi sebelum maupun setelah lulus ujian dan revisi.

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI
J A K A R T A

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : STEVAN HARDINATA
NIM : 115149101
PROGRAM/JURUSAN : S1 MANAJEMEN
BIDANG KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH GREEN MARKETING DAN
BRAND IMAGE TERHADAP INTENSI
PEMBELIAN PRODUK AQUA DI JAKARTA
BARAT

Jakarta, 3 Juli 2020

Dosen Pembimbing,



(Herlina Budiono S.E., M.M.)

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Stevan Hardinata
NIM : 115149101
Program Studi : S1 Manajemen

Judul Skripsi

PENGARUH GREEN MARKETING DAN BRAND INNOVATION
TERHADAP INTENSI PEMBELIAN PRODUK AQUA DI JAKARTA
BARAT.....

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 10 Juli 2020 dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua : Dr. Miharni Tjokrosaputro, SE., M.M.
2. Anggota : Dra. Khairina N.S., M.M.

Jakarta, 18 Juli 2020

Pembimbing



(Herlina Budiono, S.E., M.M.)

ABSTRACT

TARUMANAGARA UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMY AND BUSINESS
JAKARTA

- (A) Stevan Hardinata (115149101)
- (B) *THE EFFECT OF GREEN MARKETING AND BRAND IMAGE ON THE INTENTION OF PURCHASING AQUA PRODUCTS IN WEST JAKARTA.*
- (C) X + 83 page ; table 20 ; picture 2 ; attachment 3
- (D) MARKETING MANAGEMENT
- (E) *Abstract: The research carried out aims to find out 1) To find out the effect of green marketing and brand innovation simultaneously on the purchase intention of "Aqua" products in West Jakarta. 2) To determine the effect of green marketing on the intention to purchase "Aqua" products in West Jakarta. 3) To determine the effect of innovation on the purchase intentions of "Aqua" products in West Jakarta. The population in this study are residents who live in West Jakarta. The sample used was 106 respondents. The population in this study is the population residing in West Jakarta. The sample selection method in this study uses a purposive sampling method with the aim of getting samples in accordance with predetermined criteria. The data used in this study are primary data, that is data that has been collected through questionnaires. This study obtained results in the form of 1) green marketing had a positive and significant effect on the intention to purchase Aqua products in West Jakarta. 2) brand innovation has a positive and significant effect on the intention to purchase Aqua products in West Jakarta.*
- (F) Reference (1992 –2018)
- (G) Herlina Budiono, S.E., M.M

ABSTRAK

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

JAKARTA

(A) Stevan Hardinata (115149101)

(B) PENGARUH *GREEN MARKETING* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP INTENSI PEMBELIAN PRODUK AQUA DI JAKARTA BARAT.

(C) X + 83 halaman ; tabel 20 ; gambar 2 ; lampiran 3

(D) MARKETING MANAGEMENT

(E) Abstrak : Penelitian yang dilakukan bertujuan untuk mengetahui 1) Untuk mengetahui pengaruh *green marketing* dan *brand innovation* secara simultan terhadap intensi pembelian produk “Aqua” di Jakarta Barat. 2) Untuk mengetahui pengaruh *green marketing* terhadap intensi pembelian produk “Aqua” di Jakarta Barat. 3) Untuk mengetahui pengaruh *innovation* terhadap intensi pembelian produk “Aqua” di Jakarta Barat. Populasi pada penelitian ini adalah penduduk yang berdomisili di Jakarta Barat. Sample yang digunakan sebanyak 106 responden. Populasi dalam penelitian ini adalah Penduduk yang berdomisili di Jakarta Barat. Metode pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan tujuan untuk mendapatkan sampel sesuai dengan kriteria yang sudah ditentukan. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yakni data yang telah dikumpulkan melalui kuesioner. Penelitian ini memperoleh hasil berupa 1) *green marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intensi pembelian* produk Aqua di Jakarta Barat. 2) *brand innovation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intensi pembelian* produk Aqua di Jakarta Barat.

(F) Reference (1992 –2018)

(G) Herlina Budiono, S.E., M.M