

**PENGARUH GREEN PRODUCT DAN CITRA MEREK TERHADAP  
PERILAKU PEMBELIAN KONSUMEN MOBIL TOYOTA AGYA**

**DI KABUPATEN BEKASI**

**Oleh :**

**Nama : JOSHUA RENALDO**

**NIM : 22110086**

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat

Untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Manajemen Pemasaran



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA**

**15 FEBRUARY 2016**

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

## PENGESAHAN

# PENGARUH GREEN PRODUCT DAN CITRA MEREK TERHADAP PERILAKU KONSUMEN MOBIL TOYOTA AGYA DI KABUPATEN BEKASI

Diajukan Oleh:

Nama: Joshua Renaldo

Nim: 22110086

Jakarta, 12 Oktober 2016

Disetujui Oleh:

Pembimbing



( Rita Eka Setianingsih S.E. M.M. )

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2016

© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## ABSTRAK

© Hak cipta dan hak moral dilindungi undang-undang. Dilarang diperjualbelikan atau disalin sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG. Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



1. Dilarang diperjualbelikan atau disalin sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Rivaldo / 22110086 / 2016 / Pengaruh Green Product dan Citra Merek Terhadap Perilaku Pembelian Toyota Agya di Kabupaten Bekasi / Pembimbing : Rita Eka Setianingsih,

Seiring dengan bertambahnya jumlah penduduk Indonesia, maka kebutuhan akan kendaraan juga. Salah satu kebutuhan yang meningkat tersebut adalah alat transportasi. Seiring dengan bertambahnya alat transportasi, bertambah pula polusi yang dapat menimbulkan. Maka dari itu banyak produsen mobil yang berlomba lomba untuk memproduksi mobil yang bersifat ramah lingkungan guna mendukung konsep go green yang sedang marak dilakukan untuk mengurangi polusi yang ada.

Dalam penelitian ini dasar teori yang penulis gunakan adalah teori yang berhubungan dengan kualitas produk, citra merek dan loyalitas pelanggan.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan survei. Dalam penelitian ini jumlah sampel yang ditentukan adalah sebanyak 100 responden pengguna mobil Toyota Agya di Kabupaten Bekasi. Untuk menganalisis data digunakan perhitungan Regresi Ganda.

Hasil dari analisis menunjukkan cukup bukti yang menunjukkan Green Product berpengaruh terhadap Perilaku Konsumen, dimana dilihat dari nilai signifikan kualitas produk ( $0,02$ ). Sedangkan hasil dari penelitian citra merek menunjukkan bahwa citra merek memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumen, dimana dapat dilihat dari nilai signifikan citra merek ( $0,000\dots$ ). Dengan demikian hal ini menunjukkan bahwa adanya dukungan terhadap hipotesis penelitian yang dilakukan oleh penulis.

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat cukup bukti green product berpengaruh terhadap perilaku konsumen mobil Toyota Agya di Kabupaten Bekasi terdapat cukup bukti citra merek berpengaruh terhadap perilaku konsumen Toyota Agya di Kabupaten Bekasi.

## ABSTRACT



Hak Cipta milik IBKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



KWIK KIAN GIE  
SCHOOL OF BUSINESS

1. Joshua Ronaldo / 22110086/2016 / Effect of Green Product and Brand Purchase Behavior  
Against Toyota Agya in Bekasi / Supervisor: Rita Eka Setianingsih, S.E., M.M.

Hak Cipta milik IBKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Disusun dan ditulis oleh penulis.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.

As the number of Indonesia's population, the need will increase as well. One of these increased need for transport. But along with the increase in transportation equipment, also increased pollution can be caused. Therefore many car manufacturers are racing the race to produce cars that are environmentally friendly in order to support the go green concept is becoming one to reduce existing pollution.

In this study the authors use basic theory is the theory relating to product quality, brand image and customer loyalty.

The method used in this research is descriptive method with survey approach. In this study sample size was 100 respondents determined the Toyota Agya in Bekasi. To analyze the data used Multiple Regression calculation.

Results of the analysis showed enough evidence to suggest Green Product effect on consumer behavior, where the views of significant value and quality of products (0.02). While results of the research showed that the brand image brand image has an influence on consumer behavior, which can be seen from the significant value of the brand image (0.000 ...) with so this shows that the support of the hypothesis of the research conducted by the author.

The conclusion of this study indicate that there is sufficient evidence of green product influence on consumer behavior Toyota Agya in Bekasi and there is ample evidence of the brand image of an effect on consumer behavior Toyota Agya in Bekasi.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas anugerah dan kasih-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada jurusan Manajemen Pemasaran di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Pada kesempatan ini, penulis menyadari bahwa selesainya skripsi ini tidak lepas dari dukungan semua orang, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah memberikan bimbingan, dorongan, dan semangat kepada penulis sehingga terwujudnya skripsi ini, yaitu kepada yang terhormat:

1. Ibu Rita Eka Setianingsih S.E.M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah berkenan untuk meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan petunjuk, bimbingan dan pengarahan yang sangat bermanfaat bagi penulis dalam penyusunan skripsi ini.
2. Senap Dosen dan Staf pengajar yang telah mendidik, membimbing dan memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa perkuliahan.
3. Orang tua dan keluarga yang memberikan dukungan doa dan dorongan semangat selama penyusunan skripsi ini.
4. Semua responden yang telah bersedia meluangkan waktu dan pikiran untuk mengisi kuisioner yang digunakan sebagai sumber data dalam penelitian ini.
5. Para sahabat dekat penulis yang telah memberikan semangat, dukungan dan motivasi dalam proses belajar penulis: Roshi, Deny, Lodi, Theo, Dharma, dan semua teman-teman penulis yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah mendukung dan memotivasi penulis dalam menjalani proses belajar dengan baik dan selama pembuatan skripsi ini.





6. Para karyawan perpustakaan, copy center dan BAAK, ibu Martha serta yang penulis tidak bisa sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu penulis dalam proses penulisan skripsi ini.

7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu penulisan skripsi selama ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari pada kesempurnaan, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar dapat menyempurnakan skripsi ini maupun untuk penelitian-penelitian selanjutnya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 20 February 2016

Joshua Renaldo

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

# DAFTAR ISI

©	<p><b>Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</b></p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p> <p>Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya atau melakukan penjiplakan dalam bentuk apapun tanpa izin IBI KKG.</p> <p>1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya atau melakukan penjiplakan dalam bentuk apapun tanpa izin IBI KKG.</p> <p>2. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya atau melakukan penjiplakan dalam bentuk apapun tanpa izin IBI KKG.</p>	<p>PENGESAHAN..... II</p> <p>ABSTRAK..... III</p> <p>DAFTAR ISI..... IV</p> <p>KATA PENGANTAR..... V</p> <p>DAFTAR ISI..... VII</p> <p>DAFTAR TABEL..... X</p> <p>DAFTAR GAMBAR..... XII</p> <p>BAB I. PENDAHULUAN..... 1</p> <p style="padding-left: 20px;">A. Latar Belakang Masalah ..... 1</p> <p style="padding-left: 20px;">B. Identifikasi Masalah..... 5</p> <p style="padding-left: 20px;">C. Batasan Masalah ..... 6</p> <p style="padding-left: 20px;">D. Batasan Penelitian..... 6</p> <p style="padding-left: 20px;">E. Rumusan masalah ..... 7</p> <p style="padding-left: 20px;">F. Tujuan Penelitian ..... 7</p> <p style="padding-left: 20px;">G. Manfaat Penelitian ..... 7</p> <p>BAB II. KAJIAN PUSTAKA..... 8</p> <p style="padding-left: 20px;">A. Produk..... 8</p> <p style="padding-left: 40px;">1. Pengertian Produk..... 8</p>	<p>II</p> <p>III</p> <p>IV</p> <p>V</p> <p>VII</p> <p>X</p> <p>XII</p> <p>1</p> <p>1</p> <p>5</p> <p>6</p> <p>6</p> <p>7</p> <p>7</p> <p>7</p> <p>8</p> <p>8</p> <p>8</p>
---	--	---	---



B. Green Produk .....	8
1. Pengertian Green Product .....	8
2. Tujuan Green Product .....	10
C. Merek .....	11
1. Pengertian Merek .....	11
D. Citra Merek .....	12
1. Pengertian Citra Merek .....	12
2. Element Asosiasi yang Membentuk Citra Merek .....	13
3. Strategi Meningkatkan Citra Merek.....	17
E. Perilaku Konsumen.....	17
1. Pengertian Perilaku Konsumen.....	17
2. Model Perilaku Konsumen .....	18
3. Tahap-tahap Perilaku Konsumen.....	21
4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	23
F. Penelitian Terdahulu .....	28
G. Kerangka Pemikiran.....	30
H. Hipotesis Penelitian .....	31
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>32</b>
A. Objek Penelitian.....	32
B. Metodologi Penelitian.....	32
C. Variabel Penelitian.....	34
D. Teknik Pengumpulan Data.....	36
E. Teknik Pengambilan Sample .....	37

**© Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**  
**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





F. Skala yang Digunakan .....	37
G. Teknik Analisis Data.....	38
<b>BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>45</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	45
B. Analisis Deskriptif.....	52
C. Analisis Karakteristik Responden.....	56
D. Hasil Penelitian .....	63
E. Pembahasan .....	68
<b>BAB V. PENUTUP.....</b>	<b>70</b>
A. Kesimpulan .....	70
B. Saran .....	71

Hak Cipta milik IBKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.

## DAFTAR TABEL

Tabel 1	Tabel Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel 2	Tabel Penelitian Terdahulu.....	29
Tabel 1	Variabel Green Product .....	34
Tabel 2	Variabel Citra Merek .....	35
Tabel 3	Variabel Perilaku Pembelian Konsumen.....	36
Tabel 1	Daftar Harga Toyota Agya .....	49
Tabel 2	Tabel Spesifikasi Toyota Agya .....	49
Tabel 3	Hasil Uji Validitas Green Product.....	53
Tabel 4	Hasil Uji Validitas Citra Merek.....	54
Tabel 5	Hasil Uji Validitas Perilaku Konsumen .....	55
Tabel 6	Hasil Uji Reliabilitas .....	56
Tabel 7	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	56
Tabel 4.8	Profil Responden Berdasarkan Jenis Usia.....	57
Tabel 9	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	58
Tabel 10	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	58
Tabel 11	Tabel Tanggapan Responden Terhadap Green Product .....	59
Tabel 12	Tabel Tanggapan Responden Terhadap Citra Merek.....	60
Tabel 13	Tabel Tanggapan Responden Terhadap Perilaku Konsumen.....	62
Tabel 14	Hasil Uji Normalitas.....	63
Tabel 15	Hasil Uji Multikonlinearitas .....	64
Tabel 16	Hasil Uji Heterokedastisitas .....	64
Tabel 17	Hasil Uji Autokorelasi.....	65





Tabel 4.18	Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	66
Tabel 4.19	Hasil Uji F .....	66
Tabel 20	Hasil Uji t .....	67

**Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## DAFTAR GAMBAR

Gamba	1.1	Konsumsi Energy Beberapa Jenis Alat Transportasi.....	2
Gamba	1.2	Data Penjualan Mobil IIMS 2014.....	3
Gamba	2.1	Tahap Proses Keputusan Pembelian Konsumen.....	21
Gamba	2.2	Kerangka Pemikiran .....	31
Gamba	4.1	Logo Toyota.....	51
Gamba	4.2	Logo Toyota Agya .....	51
Gamba	4.3	Mobil Toyota Agya.....	51
Gamba	4.4	Skor Rata-rata Variabel Green Product .....	59
Gamba	4.5	Skor Rata-rata Variabel Citra Merek .....	61
Gamba	4.6	Skor Rata-rata Variabel Perilaku Konsumen.....	62

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.