

**ANALISIS PROSES ADOPSI PRODUK BARU DAN PENGARUH
GREEN MARKETING TERHADAP MINAT BELI PRODUK LOVE
BEAUTY AND PLANET DI JAKARTA**

Oleh:

Nama : Vina Christina

NIM : 26160189

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat

Untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

Juni 2020

© 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



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

PENGESAHAN

ANALISIS PROSES ADOPSI PRODUK BARU DAN PENGARUH GREEN MARKETING TERHADAP MINAT BELI PRODUK LOVE BEAUTY AND PLANET DI JAKARTA

Diajukan Oleh:

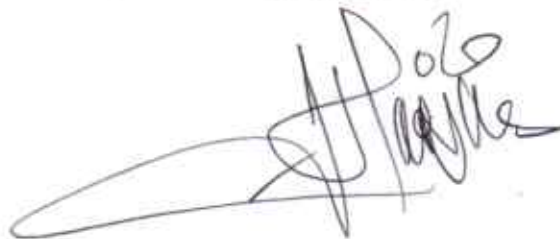
Nama : Vina Christina

NIM : 26160189

Jakarta, 13 Juli 2020

Disetujui Oleh :

Pembimbing



(Lily Harjati, Ir., M.M.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2020

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

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.

ABSTAK

Vina Christina/ 26160189 / 2020 / Analisis Proses Adopsi Inovasi Produk Baru Dan Pengaruh *Green Marketing* Terhadap Minat Beli Produk *Love Beauty And Planet* Di Jakarta/ Lily Harjati, Ir., M.M.

Masalah lingkungan adalah topik yang menonjol saat ini karena hampir setiap pemerintah dan masyarakat di setiap negara mulai lebih sadar tentang masalah lingkungan ini. Kondisi ini mengarah pada tren hidup hijau di masyarakat, pemasaran hijau yang digunakan oleh perusahaan sebagai salah satu strategi untuk memenuhi kebutuhan produk hijau dan juga melindungi lingkungan. Jurnal ini akan membahas pemasaran ramah lingkungan, adopsi inovasi, dan niat untuk membeli produk. serta alat dan bauran pemasaran pemasaran hijau. Selain itu, konsumen ramah lingkungan dan branding akan dibahas lebih lanjut dalam makalah ini karena ini akan menarik lebih banyak konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Proses adopsi produk baru *love, beauty and planet* (2) *Green marketing* produk *love beauty and planet* (3) Minat beli produk *love beauty and planet* (4) Besarnya pengaruh *green marketing* terhadap minat beli produk *love beauty and planet*. Penelitian ini dilakukan di Jakarta.

Penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian deskriptif kuantitatif,. Dengan teknik pengambilan sampel dengan metode *judgement sampling* dimana penulis menyebarkan kuesioner. Dalam membuat kuesioner peneliti dilandasi oleh teori dari Kotler dan Keller mengenai adopsi produk baru, teori dimensi *green marketing* Singh dan teori pengintervensi minat beli oleh Kotler dan Armstrong.

Populasi dalam penelitian ini adalah siapa saja yang minimal mengetahui merek *Love Beauty and Planet* dan sampel yang diteliti dalam penelitian ini sebanyak 100 orang. Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk uji hipotesis penelitian ini. Hasil dari penelitian ini adalah menyatakan bahwa *green marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

Dari hasil penelitian diperoleh bahwa butir pertanyaan dinyatakan valid dimana semua item pertanyaan memiliki r hitung $> 0,361$ (r hitung $> r$ table). Kuesioner dinyatakan reliabel dimana nilai Cronbach alpha lebih besar dari 0,07 Nilai mean untuk *green marketing* sebesar 4,29 sedangkan nilai median 4,50 dan memiliki modus 5. Nilai mean untuk minat beli sebesar 4,65 sedangkan nilai median 5,00 dan memiliki modus 5. Nilai F hitung 15.804 lebih besar dari f tabel 1.73, maka model regresi dapat dipakai dapat digunakan untuk memprediksi variabel partisipasi Nilai koefisien konstanta adalah sebesar 9.796. Koefisien *green marketing* (X) adalah sebesar 0.173. sehingga diperoleh persamaan $Y = 9.796 + 0.173X$. Nilai R sebesar 0,373 dan nilai *adjusted R square* 0.130 menunjukkan korelasi antar variabel.

Kata kunci : Adopsi Produk Baru, *Green marketing*, Minat Beli



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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmatNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Adopsi Inovasi dan Minat Beli Atas Strategi Green Marketing Pada Produk Love Beauty and Planet di Jakarta” Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan dan Program Studi Manajemen, di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Selama menyusun skripsi ini, penulis telah banyak mendapatkan bimbingan, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak. Maka dalam kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Ibu Lily Harjati, Ir., M.M., selaku dosen pembimbing yang selalu mendukung serta memberikan saran dan masukan kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik.
2. Para dosen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah membagikan ilmu kepada peneliti dimulai pada semester pertama hingga akhir sehingga peneliti dapat menyelesaikan mata kuliah dengan baik.
3. Keluarga peneliti, terutama kedua orang tua yang senantiasa mendoakan yang terbaik, serta mendukung peneliti dalam menyusun skripsi ini.
4. Seluruh teman – teman yang mendukung dan membantu peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini.
5. Seluruh responden yang telah meluangkan waktu untuk membantu mengisi kuesioner yang dibuat dan disusun oleh peneliti sehingga penelitian yang dilakukan dapat berjalan dengan lancar.



Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan menjadi bahan masukan dalam dunia pendidikan.

Jakarta, Januari 2020

Penulis

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

DAFTAR ISI

PENGESAHAN	i
ABSTAK	ii
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL DAN GAMBAR.....	ix
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. Batasan Masalah	6
D. Batasan Penelitian	7
E. Rumusan Masalah	7
F. Tujuan Penelitian	8
G. Mnafaat Penelitian.....	8
BAB II. KAJIAN PUSTAKA.....	10
A. Landasan Teori.....	10
1. Adopsi Inovasi	10
2. Green Marketing	18
3. Minat Beli.....	26
B. Penelitian Terdahulu	30
C. Kerangka Pemikiran	33

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institat 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.



D. Hipotesis Penelitian	34
BAB III. METODE PENELITIAN	35
A. Objek Penelitian	35
B. Desain Penelitian	35
C. Variabel Penelitian.....	37
1. Variabel Dependen (Y)	37
2. Variabel independen (X)	38
3. Adopsi Inovasi	41
D. Teknik Pengumpulan Data.....	43
E. Teknik Pengambilan Sampel	43
F. Teknik Analisis Data	44
1. Analisis Deskriptif	44
2. Uji Instrumen Kuesioner	48
a. Uji Validitas.....	48
b. Uji Reliabilitas	49
3. Pengujian Prasyarat Analisis	50
a. Uji Asumsi Klasik.....	51
4. Regresi Linier Sederhana	52
BAB IV. HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	56
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	56
B. Hasil Penelitian.....	58

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.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Uji Instrumen Kuesioner	58
2. Pengujian Prasyarat Analisis	60
a. Uji Normalitas.....	60
b. Uji Linearitas	61
4. Tingkat Adopsi Inovasi.....	61
3. Analisis Dsekriptif	62
a. Analisis Karakteristik Responden.....	62
b. Deskripsi Data	63
C. Hasil Penelitian.....	69
D. Pembahasan.....	69
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	72
A. Kesimpulan	72
B. Saran	73
Daftar Pustaka.....	74
Lampiran.....	77

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 TABEL DAN GAMBAR

Tabel 2. 1	Penelitian terdahulu	31
Tabel 2. 4	Bobot skala.....	47
Tabel 3. 1	Operasionalisasi variabel green marketing	38
Tabel 3. 2	Operasionalisasi variabel minat beli.....	42
Tabel 4. 1	Hasil Uji Validitas	59
Tabel 4. 2	Hasil Uji Reliabilitas.....	60
Tabel 4. 3	Hasil Uji Normalitas	60
Tabel 4. 4	Hasil Uji Linearitas.....	61
Tabel 4. 5	Hasil Uji Adopsi Produk.....	62
Tabel 4. 6	Jenis Kelamin Responden	63
Tabel 4. 7	Mean, Median, Modus Green Marketing.....	64
Tabel 4. 8	Mean, Median, Modus Minat Beli	65
Tabel 4. 9	Uji F	67
Tabel 4. 10	Uji t	67
Tabel 4. 11	R Square.....	68
Gambar 1. 1	Data negara dengan sampah plastik di lautan terbanyak.....	2
Gambar 1. 2	Proses keputusan pembelian.....	27
Gambar 1. 3	Faktor pengintervensi.....	28

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta dimiliki IBI KGG (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.

Gambar 4. 1 Logo Love Beauty and Planet	56
2 Gambar 4. 2 Produk Love Beauty and Planet	57

2 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.