



**ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SARIAYU
MARTHA TILAAK DI DKI JAKARTA**

SKRIPSI

NADIA ASYURA ANJANI 2010111090

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2023**



**ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SARIAYU
MARTHA TILAAK DI DKI JAKARTA**

SKRIPSI

NADIA ASYURA ANJANI 2010111090

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2023**

SKRIPSI

ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SARIAYU
MARTHA TILAAH DI DKI JAKARTA


Dipersiapkan dan Disusun oleh

NADIA ASYURA ANJANI 2010111090

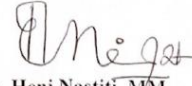
Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 18 Desember 2023
Dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Dr. Alfatih Sikki Manggabarani, S.E., M.Si
Ketua Penguji



Jenji Gunaedi Argo, SE, MM
Dosen Penguji I



Dra. Heni Nastiti, MM
Dosen Penguji II (Pembimbing)



Dr. Jubaedah, SE, MM
Dekan



Siti Hidavati, SE, MM
Ketua Program Studi S1 Manajemen

Disahkan di : Jakarta

Pada tanggal : 18 Desember 2023

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Nadia Asyura Anjani

NIM : 2010111090

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan persyaratan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 5 Desember 2023

Yang menyatakan,



Nadia Asyura Anjani

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas Akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nadia Asyura Anjani
NIM : 2010111090
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Rights*) atas Skripsi saya yang berjudul:

Analisis Keputusan Pembelian Produk Sariayu Martha Tilaar Di DKI Jakarta

Beserta perangkat yang ada (Jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 5 Desember 2023

Yang Menyatakan



(Nadia Asyura Anjani)

***Analysis of Purchase Decisions for Sariayu Martha Tilaar Products
in DKI Jakarta***

By Nadia Asyura Anjani

Abstract

This research aims to identify the influence of green marketing, brand image, and social media marketing on purchasing decisions for Sariayu Martha Tilaar. The population of this research is the people of DKI Jakarta who have purchased the product and follow one of the social media. Sampling used a non-probability sampling technique with a purposive sampling method. The sample obtained was 100 respondents. The approach used is quantitative. Questionnaires were used as a data collection technique. Partial Least Square is used as a data analysis technique. Data testing was carried out using outer and inner models and hypothesis testing. The research results show: (1) green marketing has a positive and significant influence of 0.262 on purchasing decisions (2) brand image has a positive and significant influence of 0.429 on purchasing decisions (3) social media marketing has a positive and significant influence of 0.267 on purchasing decisions. The contribution of green marketing, brand image and social media marketing seen from the adjusted R-Square is 0.816 or 81.60% while the remainder is caused by other factors 18.40% outside this research model.

Keywords: *Green marketing, brand image, social media marketing, and purchase decision*

Analisis Keputusan Pembelian Produk Sariayu Martha Tilaar di DKI Jakarta

Oleh Nadia Asyura Anjani

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh *green marketing*, *brand image*, dan *social media marketing* terhadap keputusan pembelian Sariayu Martha Tilaar. Populasi penelitian ini yaitu masyarakat DKI Jakarta yang pernah membeli produknya dan mengikuti salah satu media sosial. Pengambilan sampel menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Sampel yang diperoleh sebanyak 100 responden. Pendekatan yang dipakai yaitu kuantitatif. Kuesioner digunakan sebagai teknik pengumpulan data. Partial Least Square digunakan sebagai teknik analisis data. Pengujian data dilakukan dengan menggunakan outer dan inner model serta uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan: (1) *green marketing* berpengaruh sebesar 0.262 positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (2) *brand image* berpengaruh sebesar 0,429 positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (3) *social media marketing* berpengaruh sebesar 0.267 positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kontribusi *green marketing*, *brand image*, dan *social media marketing* dilihat dari adjusted R-Square sebesar 0,816 atau 81,60% sedangkan sisanya disebabkan oleh faktor lain 18,40% diluar model penelitian ini.

Kata kunci : pemasaran hijau, citra merek, pemasaran media sosial, dan keputusan pembelian



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450
Telepon 021-7656971, Fax 021-7656904
Laman : www.feb.upnvj.ac.id , e-mail : febupnvj@upnvj.ac.id

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI
SEMESTER GANJIL TA. 2023/2024**

Telah dilaksanakan Ujian Skripsi dihadapan Tim pada hari Senin, 18 Desember 2023:

Nama : Nadia Asyura Anjani
No.Pokok Mahasiswa : 2010111090
Program : Manajemen S.1

ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SARIAYU MARTHA TILAAH DI DKI
JAKARTA

untuk Lulus / ~~Tidak Lulus~~*)

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Alfatih Sikki Manggabarani, S.E., M.Si	Ketua	1.
2	Jenji Gunaedi Argo, SE, MM	Anggota I	2.
3	Dra. Heni Nastiti, MM	Anggota II**)	3.

Keterangan:

*) Coret yang tidak perlu

***) Dosen Pembimbing

Jakarta, 18 Desember 2023

Mengesahkan

A.n. DEKAN

Kaprodi Manajemen S.1

Siti Hidayati, SE, MM

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan karya ilmiah dalam bentuk skripsi dengan judul Analisis Keputusan Pembelian Produk Sariayu Martha Tilaar Di DKI Jakarta sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pada kesempatan ini, penulis ucapkan terima kasih kepada pihak yang sudah membantu penyelesaian penelitian ini, yakni:

1. Ibu Dr. Jubaedah, SE., MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
2. Pak Dr. Yudhi Nur Supriadi, Sos.I, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen.
3. Ibu Siti Hidayati, SE., MM selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen.
4. Dra. Heni Nastiti, MM selaku dosen pembimbing skripsi yang memberikan wawasan dan arahan dalam penulisan penelitian ini.
5. Seluruh Dosen dan para tenaga administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
6. Ayah, Ibu, Erica, dan Raisa yaitu keluarga yang telah memberikan dukungan selama proses penyusunan penelitian ini.
7. Hizkia, Aninda, Chiekal, Alma, Arini, Tika, Risa, Adelia, dan Farhan selaku teman dekat penulis yang memberikan dukungan dan bertukar ilmu selama proses penulisan.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam penulisan sehingga penulis terbuka terhadap saran. Penulis berharap karya ilmiah dalam bentuk skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada yang membacanya.

Jakarta, 18 Desember 2023

Nadia Asyura Anjani

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	viii
PRAKATA.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	12
2.1.2 Pemasaran Digital	12
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	13
2.1.3 Green Marketing	15
2.1.4 Brand image	17
2.1.5 Social Media Marketing.....	19
2.2 Penelitian Terdahulu	20
2.3 Model Penelitian Empiris.....	29
2.4 Hipotesis.....	30
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	31

3.1.1. Definisi Operasional.....	31
3.1.2. Pengukuran Variabel.....	34
3.2 Populasi dan Sampel	34
3.2.1. Populasi.....	34
3.2.2. Sampel.....	34
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.3.1 Jenis Data	35
3.3.2. Sumber Data.....	35
3.3.3 Pengumpulan Data	36
3.4 Teknik Analisis Data.....	38
3.4.1 Teknik Analisis Deskriptif	39
3.4.2 Teknik Analisis Data Inferensial.....	40
3.4.3 Uji Hipotesis	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	48
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	48
4.2 Deskripsi Data Penelitian.....	51
4.2.1 Karakteristik Responden	51
4.3 Analisis Hasil dan Uji Hipotesis	56
4.3.1 Analisis Deskriptif	56
4.3.2 Analisis Inferensial.....	63
4.3.3 Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	69
4.4 Pembahasan.....	73
4.4.1 Pengaruh <i>Green Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembeliann.....	73
4.4.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	75
4.4.3 Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian... 77	
4.5 Keterbatasan Penelitian	79
BAB V SIMPULAN	80
5.1 Simpulan	80
5.2 Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA	83
RIWAYAT HIDUP.....	86
LAMPIRAN.....	87

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	87
Lampiran 2 Data Kuesioner	93
Lampiran 3 Profil Sosial Media	109
Lampiran 4 Output Hasil Olahan Data	110

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Top Brand Award Merek Sariayu Tahun 2021 s/d 2023	5
Tabel 2. Perbandingan Performa Media Sosial Instagram Per 27	7
Tabel 3. Matriks Hasil Penelitian Terdahulu Penelitian Terkait Terhadap	25
Tabel 4. Pengukuran Variabel Penelitian	33
Tabel 5. Bobot Skala Likert	36
Tabel 6. Kisi-Kisi Instrumen Penelitian	37
Tabel 7. Nilai Persentase Responden	40
Tabel 8. Interpretasi Nilai Index	57
Tabel 9. Hasil Tanggapan Responden Skor Variabel Keputusan Pembelian	57
Tabel 10. Hasil Tanggapan Responden Skor Variabel Green Marketing	59
Tabel 11. Hasil Tanggapan Responden Skor Variabel Brand Image	60
Tabel 12. Hasil Tanggapan Responden Skor Variabel Social Media Marketing ..	61
Tabel 13. Hasil Loading factor	64
Tabel 14. Hasil Nilai <i>Cross Loading</i>	66
Tabel 15. Hasil Average Variance Extracted (AVE)	68
Tabel 16. Hasil Cronbach's Alpha dan Composite Reliability	69
Tabel 17. Hasil Uji R-Square	70
Tabel 18. Hasil Uji Q-Square	71
Tabel 19. Hasil Uji t	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Nilai Pendapatan Produk Kecantikan dan Perawatan Diri di	2
Gambar 2. Nilai Penjualan Sariayu Martha Tilaar Tahun 2017 s/d 2022.....	3
Gambar 3. Grafik Performa Media Sosial Instagram Per 27 Agustus 2023.....	7
Gambar 4. Model Penelitian.....	29
Gambar 5. Langkah-Langkah PLS.....	41
Gambar 6. Inner Model.....	42
Gambar 7. Diagram Jalur PLS.....	43
Gambar 8 Logo Sariayu Martha Tilaar.....	48
Gambar 9. Produk-Produk Sariayu Martha Tilaar.....	49
Gambar 10. Jenis Kelamin.....	52
Gambar 11. Kategori Usia Responden	53
Gambar 12. Pendidikan	54
Gambar 13. Domisili.....	55
Gambar 14. Kategori produk yang dibeli.....	56
Gambar 15. Hasil Outer Model.....	63
Gambar 16. Inner Model.....	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner.....	80
Lampiran 2. Data Kuesioner.....	86
Lampiran 3 Profil Sosial Media.....	102
Lampiran 4 Output Hasil Olahan Data.....	103