

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim...

Segala puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan hidayah-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi ini dengan baik. Serta tidak lupa shalawat dan salam kepada Nabi Besar Muhammad SAW. Adapun judul proposal skripsi yang akan dibahas oleh penulis adalah “Pengaruh *Green Marketing, Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Minum Dalam Kemasan Merek Le Minerale (Studi Kasus di Koperasi Pondok Pesantren Nurul Qarnain)”.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa keberhasilan dalam menyelesaikan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Untuk itu, pada kesempatan kali ini penulis ingin menyampaikan banyak terima kasih kepada:

1. KH. Zuhri Zaini, BA. selaku Pengasuh Pondok Pesantren Nurul Jadid Probolinggo;
2. Bapak Dr. KH. Najiburrahman M.Ag. selaku Rektor Universitas Nurul Jadid Paiton Probolinggo;
3. Bapak Dr. H. Chusnul Muali, M.pd. selaku Dekan Fakultas Sosial dan Humaniora Universitas Nurul Jadid Paiton Probolinggo;
4. Bapak Moh. Fakhri Siddiqi, M.Akun selaku Ketua Program Studi Ekonomi Fakultas Sosial dan Humaniora Universitas Nurul Jadid Paiton Probolinggo;
5. Ibu Rizki Febri Eka Pradani, M.pd. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan petunjuk kepada penulis selama proses penyusunan skripsi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan;

6. Seluruh Dosen dan akademisi yang telah membagikan ilmu pengetahuan kepada kami selama proses perkuliahan, sehingga kami dapat menjadi pribadi yang lebih baik dan siap menghadapi tantangan kehidupan di masa depan;
7. Kedua teristimewa pintu surgaku, terimakasih yang sebesar-besarnya Ayahhanda Wahyudi dan Ibunda Hamidah yang sudah memberikan kontribusi selama masa perkuliahan baik dukungan moral maupun material yang tak terhingga, serta doa-doa yang dilangitkan. Tanpa restu, doa, dan dukungannya penulis tidak akan sampai pada titik ini;
8. Bapak Manajer Koperasi Pondok Pesantren Nurul Qarnain yang telah bersedia membagikan informasi kepada penulis sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan
9. Kakak tersayang saya Alvin Wahyuda Romadhona, M. Jakfar Assodiqi yang selalu memberi semangat dan memberi waktunya, serta saudara-saudara saya, yang selalu mendukung serta selalu mendoakan saya hingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Tiada hal yang paling menyenangkan kecuali saat kita bersama, walaupun sering bertengkar tapi hal itu selalu jadi warna yang tidak bisa tergantikan;
10. Moch. Azhaim Ibrahim, selaku garda terdepan yang siap membantu dan setia menemani sejak tahun 2020. Terima kasih telah menjadi rumah untuk berteduh dari segala hujan badai angin ribut dalam kehidupan penulis, membantu dalam setiap kesulitan, menenangkan dalam setiap ketakutan dan menjadi obat dikala stress melanda. Semoga tetap menjadi pribadi yang teduh dan hangat. Terima kasih atas kebahagiaan sekaligus kesedihan yang mewarnai hari-hari penulis

selama beberapa tahun terakhir. Semoga Allah persatukan di waktu yang tepat, dengan segala kesiapan baik lahir maupun batin.

11. Mariyatul Fitriyah dan Nabila Nor Ameliya yang merupakan sosok teman seperti saudara yang selalu menjadi tempat berkeluh kesah, tertawa dan menangis, dari masa kuliah hingga penyusunan tugas akhir ini. Terima kasih atas segala motivasi dan semangat yang diberikan sehingga penulis dapat bangkit dan lebih semangat lagi dalam menjalani hidup.
12. Teman-teman dekat saya yang telah memberikan dukungan moral, semangat, dan kebersamaan dalam setiap momen. Adinda Fitri Firdaus, dan Teman-teman A3 Sayyidah hafshoh yang tidak memukinkan saya sebut satu persatu. Kalian selalu ada untuk saling menguatkan, dan itu sangat berarti bagi saya.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, terdapat banyak kekurangan serta keterbatasan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran untuk skripsi ini. Penulis juga berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan, terutama bagi peneliti selanjutnya.

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN.....	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Hipotesis Penelitian.....	5
E. Manfaat Penelitian	6
F. Definisi Operasional.....	7
G. Penelitian Terdahulu	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	13
A. Pemasaran Hijau (<i>Green Marketing</i>).....	13
B. Kesadaran Merek (<i>Brand Awareness</i>)	15

C. Keputusan Pembelian.....	17
D. Peran Pesantren Dalam Pengetahuan Lingkungan.....	19
E. Teori Tentang Korelasi	20
BAB III METODE PENELITIAN.....	24
A. Rancangan Penelitian.....	24
B. Populasi dan Sampel	25
1. Populasi.....	25
2. Sampel.....	26
C. Intrumen Penelitian.....	28
D. Pengumpulan Data	31
E. Analisis Data.....	33
1. Uji validitas.....	34
2. Uji Reliabilitas	35
3. Uji Asumsi Klasik.....	36
4. Analisis Regresi Linier Berganda	38
5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	40
6. Uji Hipotesis	41
7. Uji Parsial (t):.....	41
8. Uji Simultan (F):	42
BAB IV HASIL PENELITIAN	43
A. Penyajian Data	43
1. Gambaran Koperasi Pondok Pesantren Nurul Qarnain.....	43
2. Gambaran Umum Responden	44

3. Karakteristik responden	46
4. Deskripsi Responden.....	48
B. Analisis Data	52
1. Uji Validitas	52
2. Uji Reabilitas.....	54
3. Uji Asumsi Klasik.....	56
4. Analisis Regresi Linier Berganda	58
5. Uji Koefisien Determinasi	60
6. Pengujian Hipotesis.....	61
C. Pembahasan.....	63
1. Pengaruh variabel <i>Green Marketing</i> terhadap keputusan pembelian	64
2. Pengaruh variabel Brand Awareness terhadap keputusan pembelian.....	65
3. Pengaruh <i>Green Marketing</i> dan <i>Brand Awareness</i> Berpengaruh Secara Simultan terhadap Keputusan Pembelian	65
BAB V PENUTUP.....	68
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	74

DAFTAR TABEL

Tabel 1.3 Penelitian Terdahulu	9
Tabel 3.1 Skala Likert	34
Tabel 3.2 Kisi-Kisi Kuesioner.....	34
Tabel 3.3 Klasifikasi interpretasi koefisien determinasi	45
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan usia.....	51
Tabel 4.3 Deskripsi Jawaban variabel <i>Green Marketing</i>	52
Tabel 4.4 Deskripsi Jawaban variabel <i>Brand Awareness</i>	53
Tabel 4.5 Deskripsi Jawaban variabel keputusan pembelian.....	55
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Green Marketing</i>	56
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Awareness</i>	57
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	58
Tabel 4.9 Hasil uji Reliabilitas Variabel <i>Green Marketing</i>	59
Tabel 4.10 Hasil uji Reliabilitas Variabel <i>Brand Awareness</i>	59
Tabel 4.11 Hasil uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian	60
Tabel 4.12 Uji Multikolinerialitas.....	62
Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	63
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	64
Tabel 4.15 Hasil Uji T.....	66
Tabel 4.16 Hasil Uji F	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Produk Air <i>Le minerale</i>	3
Gambar 1.2 Kerangka pemikiran hipotesis.....	5
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas.....	60
Gambar 4.2 Hasil Uji heterosdestisitas (<i>scatterplot</i>) variabel	61



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Pernyataan selesai penelitian	79
Lampiran 2. Berita Acara Bimbingan Skripsi.....	80
Lampiran 3. Kuesioner Penelitian.....	81
Lampiran 4. Kuesioner Berupa Google Form.....	84
Lampiran 5. Hasil Bukti Menyebar Kuesioner	86
Lampiran 6. Tempat Penelitian.....	87
Lampiran 7. Data Hasil Jawaban Responden.....	88
Lampiran 8. Hasil Output SPSS.....	91
Lampiran 9. Keterangan Hasil Cek Plagiasi	95

