

**PENGARUH *GREEN PRODUCT* DAN *GREEN PRICE* TERHADAP *GREEN BRAND IMAGE* PADA PRODUK SENSATIA BOTANICALS**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
Manajemen**



**VANIA AINUN NISA**

**1181001088**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS BAKRIE**

**2023**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

---

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,  
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk  
telah saya nyatakan dengan benar**

**Nama : Vania Ainun Nisa**

**NIM : 1181001088**

**Tanda Tangan :**



**Tanggal : 17 Februari 2023**

## HALAMAN PENGESAHAN


---

Tugas Akhir ini diajukan oleh


Nama : Vania Ainun Nisa  
NIM : 1181001088  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Program Studi : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh *Green Price* dan *Green Product* Terhadap *Green Brand Image* pada Produk Sensatia Botanicals

**Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.**

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Muchsin Saggaf Shihab, S.E., M.Sc., MBA, Ph. D (  )  
Muchsin

Penguji 1 : Holila Hatta, S.Pd., M.M. (  )

Penguji 2 : Ananda Fortunisa, S.E., M.Si. (  )

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 17 Februari 2023

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas Rahmat-Nya penyusunan tugas akhir ini dapat diselesaikan pada waktu yang tepat. Tugas akhir yang berjudul *Pengaruh Green Product dan Green Price Terhadap Green Brand Image pada Produk Sensatia Botanicals* ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan untuk jenjang sarjana Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Bakrie. Tugas akhir ini dapat diselesaikan berkat bimbingan, dukungan, dorongan, bantuan dari berbagai pihak. Terima kasih penulis sampaikan pada:

1. Ayah dan Mamah yang selalu memberikan dukungan dan doa di setiap langkah penulis.
2. Bapak Muchsin Saggaff Shihab, M.Sc., MBA, Ph.D., selaku dosen dan pembimbing penulis atas bimbingan, diskusi, dan arahnya selama mengerjakan tugas akhir.
3. Ibu Ananda Fortunisa S.E., Msi selaku dosen penguji 1 yang telah memberikan masukan kepada penulis dalam menyempurnakan Tugas Akhir ini.
4. Ibrahim Farhan Hanif yang selalu memberi motivasi, mendengarkan keluh kesah, dan senantiasa membantu penulis selama pengerjaan tugas akhir.
5. Avisa dan Daffa yang selalu ada untuk berdiskusi dan membantu di setiap tahap penyusunan tugas akhir ini.
6. Dan teman-teman lainnya yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu atas dukungan mereka selama penyusunan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa laporan tugas akhir ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karenanya penulis mengharapkan saran ataupun kritik yang dapat membangun penulis menjadi lebih baik. Semoga laporan tugas akhir ini dapat memberikan manfaat dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan wawasan keilmuan Manajemen. Terima kasih.

Jakarta, Februari 2023

Vania Ainun Nisa

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

---

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Vania Ainun Nisa  
NIM : 1181001088  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Jenis Tugas Akhir : Riset Bisnis  
Tanggal : 17 Februari 2023

demikian demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Nonexclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Pengaruh *Green Price* dan *Green Product* Terhadap *Green Brand Image* pada Produk Sensatia Botanicals

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Jakarta, 17 Februari 2023

Yang Menyatakan



Vania Ainun Nisa

# **PENGARUH *GREEN PRODUCT* DAN *GREEN PRICE* TERHADAP *GREEN BRAND IMAGE* PADA PRODUK SENSATIA BOTANICALS**

Vania Ainun Nisa

---

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *green product* dan *green price* terhadap *green brand image* pada produk Sensatia Botanicals. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan metode survei melalui kuesioner online yang disebarakan kepada pengguna produk Sensatia Botanicals minimal satu kali. Melalui berbagai saluran media sosial menggunakan Teknik *purposive sampling* dengan perolehan responden sebanyak 136 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji instrumen, analisis deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, koefisien determinasi, dan uji hipotesis menggunakan SPSS versi 27. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *green product* berpengaruh signifikan terhadap *green brand image*, *green price* berpengaruh signifikan terhadap *green brand image*, dan secara serentak *green product* serta *green price* berpengaruh terhadap *green brand image*.

Kata Kunci: *Green Product*, *Green Price*, *Green Brand Image*, Sensatia Botanicals

# **THE EFFECT OF GREEN PRODUCT AND GREEN PRICE TOWARDS GREEN BRAND IMAGE OF SENSATIA BOTANICALS PRODUCTS**

Vania Ainun Nisa

---

## **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the effect of green product and green price on the green brand image of Sensatia Botanicals products. This study uses a descriptive quantitative approach with a survey method through online questionnaires distributed to users of Sensatia Botanicals products at least once. Through various social media channels using a purposive sampling technique with the acquisition of 136 respondents. Data analysis techniques used are test instruments, descriptive analysis, classical assumption test, multiple linear regression analysis, coefficient of determination, and hypothesis testing using SPSS version 27. The results of this study indicate that green product has a significant effect on green brand image, green price has a significant effect on green brand image, and simultaneously green product and green price affect green brand image.*

*Keywords: Green Product, Green Price, Green Brand Image, Sensatia Botanicals*

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
ABSTRAK.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1    Latar Belakang.....	1
1.2    Rumusan Masalah.....	4
1.3    Tujuan Penelitian .....	4
1.4    Manfaat Penelitian .....	5
1.4.1    Manfaat Teoritis.....	5
1.4.2    Manfaat Praktis .....	5
BAB 2 .....	6
TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PIKIR DAN HIPOTESIS .....	6
2.1 <i>Green Marketing</i> .....	6
2.1.1    Definisi <i>Green Marketing</i> .....	6
2.2 <i>Green Product</i> .....	7
2.2.1    Definisi <i>Green Product</i> .....	7
2.2.2    Dimensi <i>Green Product</i> .....	7
2.3 <i>Green Price</i> .....	8
2.3.1    Definisi <i>Green Price</i> .....	8
2.3.2    Dimensi dan Indikator <i>Green Price</i> .....	9
2.4 <i>Green Brand Image</i> .....	10
2.4.1    Definisi <i>Green Brand Image</i> .....	10



2.4.2	Dimensi dan Indikator <i>Green Brand Image</i> .....	11
2.5	Penelitian Terdahulu .....	12
2.6	Kerangka Berpikir.....	14
2.7	Pengembangan Hipotesis .....	14
2.7.1	Pengaruh <i>Green Product</i> terhadap <i>Green Brand Image</i> .....	14
2.7.2	Pengaruh <i>Green Price</i> terhadap <i>Green Brand Image</i> .....	14
2.7.3	Pengaruh <i>Green Product</i> dan <i>Green Price</i> terhadap <i>Green Brand Image</i> .....	15
BAB 3	.....	16
METODOLOGI PENELITIAN.....		16
3.1	Jenis Penelitian.....	16
3.2	Lokasi Penelitian.....	16
3.3	Variabel Penelitian.....	16
3.3.1	Variabel Independen .....	16
3.3.2	Variabel Dependen.....	16
3.4	Operasional Variabel .....	17
3.5	Metode Pengumpulan Data.....	19
3.6	Teknik Pengambilan Sampel .....	19
3.7	Sumber Data.....	20
3.8	Skala Pengukuran.....	20
3.9	Populasi dan Sampel .....	20
3.9.1	Populasi.....	20
3.9.2	Sampel.....	21
3.10	Teknik Analisis Data.....	22
3.10.1	Uji Instrumen .....	22
3.10.2	Uji Validitas .....	22
3.10.3	Uji Reliabilitas .....	23
3.11	Analisis Statistik Deskriptif .....	23
3.12	Uji Asumsi Klasik.....	23
3.12.1	Uji Normalitas.....	23
3.12.2	Uji Heteroskedastisitas.....	24
3.12.3	Uji Multikolinearitas.....	24

3.13	Uji Kelayakan Model.....	25
3.13.1	Analisis Regresi Linear Berganda .....	25
3.13.2	Koefisien Determinasi .....	25
3.14	Uji Hipotesis .....	26
3.14.1	Uji T (Uji Parsial) .....	26
3.15	Uji F (Uji Simultan).....	26
BAB 4	.....	27
HASIL DAN PEMBAHASAN	.....	27
4.1	Hasil Penelitian.....	27
4.1.1	Uji Instrumen .....	27
4.1.2	Analisis Karakteristik Responden.....	28
4.1.3	Analisis Deskriptif .....	30
4.1.4	Uji Asumsi Klasik.....	33
4.1.5	Analisis Regresi Linear Berganda .....	35
4.1.6	Koefisien Determinasi.....	37
4.1.7	Uji Hipotesis .....	37
4.2	Pembahasan.....	39
BAB 5	.....	45
KESIMPULAN DAN SARAN	.....	45
5.1	Kesimpulan .....	45
5.2	Saran .....	45
DAFTAR PUSTAKA	.....	47

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Polusi yang disebabkan oleh kemasan plastik sekali pakai .....	1
Gambar 1. 2 Rangkaian produk ramah lingkungan Sensatia Botanicals .....	3
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir Penelitian.....	14
Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas .....	33
Gambar 4. 2 Normal P-Plot .....	34
Gambar 4. 3 Uji Multikolinearitas .....	34
Gambar 4. 4 Uji Heteroskedastisitas.....	35
Gambar 4. 5 Tabel Koefisien .....	36
Gambar 4. 6 Koefisien Determinasi.....	37
Gambar 4. 7 Hasil Uji T (Parsial) .....	38
Gambar 4. 8 Hasil Uji F (simultan) .....	38

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	12
Tabel 3. 1 Operasional Variabel Penelitian .....	17
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas .....	27
Tabel 4. 2 Hasil Uji Reliabilitas.....	28
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden.....	29
Tabel 4. 4 Analisis Deskriptif Variabel .....	30

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian .....	51
Lampiran 2: Hasil Kuesioner Penelitian .....	54
Lampiran 3: Uji Validitas .....	68
Lampiran 4: Uji Reliabilitas.....	71