

Pengaruh Harga, Iklan Lingkungan, Dan Kemasan Ramah Lingkungan Terhadap Niat Beli Ramah Lingkungan Pada Produk Lampu Philips LED Di Kota Payakumbuh

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana pada Program Studi S1 Fakultas Ekonomi Universitas Andalas

Diajukan Oleh:

YULIANA ASRITA

1310551004



Pembimbing :

DR. Ratni Prima Lita, SE., MM

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ANDALAS

KAMPUS II PAYAKUMBUH

2017



No. Alumni Universitas	YULIANA ASRITA	No. Alumni Fakultas
------------------------	-----------------------	---------------------

a)Tempat/tgl lahir: Sawah Laweh/10 Des 1995 b) Nama Orang Tua: Mulafri dan Asnidar c) Fakultas: Ekonomi kampus II Payakumbuh d) Jurusan: Manajemen e) No. Bp: 1310551004 f) Tanggal Lulus: 09 Januari 2017 g) Predikat Lulus: Sangat Memuaskan h) IPK: 3,38 i) Lama Studi: 3 tahun 5 bulan h) Alamat Orang Tua: Jrg. Sawah Laweh, Tungkar, Kec. Situjuh Limo Nagari, Kab. Lima Puluh Kota.

Pengaruh Harga, Iklan Lingkungan dan Kemasan Ramah Lingkungan Terhadap Niat Beli Ramah Lingkungan Pada Produk Lampu Philips LED Di Kota Payakumbuh

Skripsi oleh Yuliana Asrita

Pembimbing : DR. Ratni Prima Lita, SE., MM.

ABSTRAK

Green Marketing merupakan sebuah pemasaran yang berbasis ramah lingkungan. Tidak semua perusahaan dapat menerapkan system ini dengan baik. Kebutuhan akan sebuah produk yang ramah lingkungan membuat konsumen terpengaruh dalam melakukan keputusan pembelian pada produk yang di anggap memiliki nilai. Perusahaan Philips adalah salah satu perusahaan besar yang telah mulai menerapkan *green marketing*.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui 1) pengaruh harga terhadap niat beli ramah lingkungan, 2) pengaruh pengaruh iklan lingkungan terhadap niat beli ramah lingkungan, 3) pengaruh kemasan ramah lingkungan terhadap niat beli ramah lingkungan, pada konsumen produk lampu Philips LED di Kota Payakumbuh. Ukuran sampel adalah 140 responden, teknik pengambilan sampel adalah *purposive sampling*. Data primer didapatkan dengan menyebarkan 140 kuisioner kepada responden. Analisis data dengan Analisis Regresi Berganda dan diolah menggunakan software SPSS versi 20. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa adanya pengaruh positif harga terhadap niat beli ramah lingkungan. Selain itu ditemukan juga bahwa adanya pengaruh positif iklan lingkungan terhadap niat beli ramah lingkungan. Penemuan lain bahwa adanya pengaruh positif kemasan ramah lingkungan terhadap niat beli ramah lingkungan. Implikasi penelitian ini, perusahaan Philips harus terus meningkatkan niat beli ramah lingkungan konsumen dengan menciptakan *green product* dan penawaran harga yang sesuai dengan kualitas produk yang diberikan. Sebab, iklan yang ditayangkan dan kemasan yang ramah lingkungan dari Philips akan sangat mempengaruhi niat beli ramah lingkungan konsumen.

Kata Kunci : Harga, Iklan Lingkungan, Kemasan Ramah Lingkungan, dan Niat Beli Ramah Lingkungan.

Skripsi ini telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal 09 Januari 2017.

Abstrak ini telah disetujui oleh pembimbing dan penguji:

Tanda Tangan	1.	2.	3.
Nama Terang	DR. Ratni Prima Lita, SE.,MM.	Jaulharry, SE.,MM.	Ranny Fitriana Faisal, BPM., MHRM.

Mengetahui

Koordinator
Kampus II Payakumbuh

Lukman, SE., MSI
NIP. 196411231993031003

Tanda Tangan

Alumnus telah mendaftar ke Fakultas/Universitas Andalas dan mendapatkan nomor alumnus

	Fakultas/Universitas	
Nomor Alumni Fakultas:	Nama:	Tanda Tangan:
Nomor Alumni Universitas	Nama:	Tanda Tangan: