

**PENGARUH *GREEN PERCEIVED VALUE* DAN *GREEN TRUST*
TERHADAP *GREEN PURCHASE INTENTION* PADA PRODUK
LPG 3 KG DI KOTA PAYAKUMBUH SKRIPSI**

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

Diajukan Oleh:

DIANA PRATIWI

1310551007



Pembimbing:

JAUHARRY, SE., MM

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ANDALAS
KAMPUS II PAYAKUMBUH**

2017



No. Alumni Universitas

Diana Pratiwi

No. Alumni Fakultas

a) Tempat/Tgl. Lahir : Lubuak Batingkok/ 29 Juni 1995, b) Nama Orang Tua : Ansar dan Sri Ramayati, c) Fakultas : Ekonomi Kampus II Payakumbuh, d) Jurusan : Manajemen, e) No. BP : 1310552007, f) Tgl Lulus : 9 Januari 2017, g) Predikat Lulus : Sangat Memuaskan, h) Ipk : 3.09, i) Lama Studi : 3 tahun 5 bulan, j) Alamat Orang Tua : Jorong Gurun, Nagari Gurun, Kecamatan Harau, Kabupaten Lima Puluh Kota

Pengaruh Green Perceived Value dan Green Trust terhadap Purchase Intention pada produk LPG 3 kg di Kota Payakumbuh
Pembimbing : Jauharry, SE., MM
Abstrak

Pemanasan global (*Global Warming*) pada saat ini menjadi bahan perbincangan yang cukup marak terdengar. Dampak *Global Warming* yang mulai dirasakan tersebut, salah satunya perubahan iklim yang tidak menentu telah menimbulkan kesadaran masyarakat terhadap akibat yang lebih parah bagi lingkungan dimasa sekarang dan juga masa mendatang. Munculnya isu-isu mengenai *Global Warming* dan kerusakan lingkungan ini direspon oleh perusahaan-perusahaan yang inovatif dengan memperkenalkan konsep bisnis baru yang disebut dengan istilah *Green Marketing*. Salah satu perusahaan di Indonesia yang menerapkan strategi *Green Marketing* adalah PT. Pertamina (Persero) pada produk LPG 3 kg. Meningkatnya konsumsi LPG mengindikasikan bahwa salah satu produk *Green Marketing* ini telah memberikan nilai, kepercayaan dan mendorong konsumen untuk terus membeli dan berlangganan LPG.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Green Perceived Value* dan *Green Trust* terhadap *Green Purchase Intention* di Kota Payakumbuh. Jumlah responden yang ditentukan sebagai sampel dalam penelitian ini adalah 130 responden, dengan teknik pengambilan sampel *non-probability sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan dengan menyebarkan kuesioner. Analisis data menggunakan *SmartPLS Version 2.0 for Windows*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Green Perceived Value* berpengaruh signifikan terhadap *Green Trust* pada produk LPG 3 kg di Kota Payakumbuh, *Green Trust* tidak terlalu berpengaruh signifikan terhadap *Green Purchase Intention* pada produk LPG 3 kg di Kota Payakumbuh, dan *Green Perceived Value* berpengaruh terhadap *Green Purchase Intention* pada produk LPG 3 kg di Kota Payakumbuh.

Keyword : Green Perceived Value, Green Trust, Green Purchase Intention

Sketsi ini telah dipertahankan dan dinyatakan lulus pada tanggal 9 Januari 2017. Abstrak telah disetujui oleh pembimbing dan penguji:

Tanda Tangan	1.	2.	3.
Nama Terang	Jauharry, SE., MM	Agestayani, SE., MM	Ranny Fitriana Faisal, BPM., MHRM

Mengetahui

Koor. FEUA II Payakumbuh : Lukman, SE, M. Si

NIP. 196411231993031003

Tanda Tangan

Petugas Fakultas / Universitas Andalas		
No. Alumni Fakultas:	Nama	Tanda Tangan
No. Alumni Universitas:	Nama	Tanda Tangan

