PENGARUH *GREEN MARKETING*, INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVERNING

(Studi Empiris Produk Popok, Pembalut dan Tisue Merek Unicharm pada Konsumen di Kabupaten Magetan)

SKRIPSI

OLEH:

NANDA SAVITRI DEWI

NIM. 2203102015

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PGRI MADIUN

2026

PENGARUH *GREEN MARKETING*, INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVERNING

(Studi Empiris Produk Popok, Pembalut dan Tisue Merek Unicharm pada Konsumen di Kabupaten Magetan)

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas PGRI Madiun untuk memenuhi salah satu
Persyaratan dalam menyelesaikan Program Sarjana Strata 1 Manajemen

OLEH:

NANDA SAVITRI DEWI

NIM. 2203102015

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PGRI MADIUN

2026

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Skripsi oleh Nanda Savitri Dewi telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.

Madiun, 10 Juni 2026

Pembimbing I,



Dr. Heny Sidanti, S.E., M.M.
NIDN. 0727107503

Pembimbing II,



Dr. Hari Purwanto, S.E., M.M.
NIDN. 0728047704

LEMBAR PENGESAHAN PANITIA PENGUJI

Skripsi oleh Nanda Savitri Dewi ini telah dipertahankan di depan panitia penguji pada hari Rabu tanggal 17 Juni 2026.

Panitia Penguji,

Dr. Apriyanti, S.E., M.M. — Ketua
NIDN. 0704047305

Robby Sandhi Dessyarti, S.E., M.M. — Sekretaris
NIDN. 0724128802

Dr. Heny Sidanti, S.E., M.M. — Anggota
NIDN. 0727107503

Dr. Hari Purwanto, S.E., M.M. — Anggota
NIDN. 0728047704

Dr. Rizal Ula Ananta Fauzi, S.E., M.M. — Anggota
NIDN. 0708108702

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Anggitan Anggeng Wijaya, S.E., M.Si., Ak., CA.
NIDN. 0727078603

Mengesahkan,
Kaprodi S1 Manajemen

Dr. Apriyanti, S.E., M.M.
NIDN. 0704047305

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nanda Savitri Dewi

NIM 2203102015

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa skripsi yang saya tulis benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambil alihan pikir atau tulisan orang lain yang kemudian saya akui sebagai karya tulis saya.

Apabila kemudian hari terbukti atau dibuktikan skripsi ini plagiat, maka saya bersedia menerima konsekuensi dan sanksi atas perbuatan tersebut.

Madiun, 9 Juni 2026
Yang membuat pernyataan,



Nanda Savitri Dewi
NIM. 2203102021

MOTO DAN PERSEMBAHAN

"Tetapi kamu ini, kuatkanlah hatimu, jangan lemah semangatmu, karena ada upah bagi usahamu!"

2 Tawarikh 15:7

"Have faith and believe that God will definitely help"

SKRIPSI INI SAYA PERSEMBAHKAN KEPADA:

Kedua orang tua dan keluarga besar,

Serta teman-teman yang saya sayangi.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas kasih karunia, penyertaan dan kemurahan-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh *Green Marketing*, Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli sebagai Variabel Interverning (Studi Empiris Produk Popok, Pembalut dan Tisue Merek Unicharm pada Konsumen di Kabupaten Magetan)" dengan baik dan tepat waktu.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun. Penulis menyadari bahwa keberhasilan dalam menyelesaikan penelitian ini tidak lepas dari dukungan, bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan ketulusan hati penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Supri Wahyudi Utomo, M.Pd. selaku Rektor Universitas PGRI Madiun.
2. Bapak Dr. Anggita Langgeng Wijaya, S.E., M.Si., Ak., C.A. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun.
3. Ibu Dr. Apriyanti, S.E., M.M. selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun.
4. Ibu Dr. Heny Sidanti, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah banyak meluangkan waktu dan pikiran untuk memberikan arahan, ilmu yang berharga, serta dengan penuh kesabaran membimbing penulis hingga skripsi ini selesai.

5. Bapak Dr. Hari Purwanto, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing 2 yang juga telah memberikan banyak masukan, saran konstruktif dan bimbingan yang sangat membantu dalam penyempurnaan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen dan Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun yang telah membekali penulis dengan ilmu pengetahuan yang bermanfaat selama masa perkuliahan.
7. Kedua orang tua dan seluruh keluarga, yang menjadi pendukung utama dalam hidup penulis. Terima kasih atas kasih atas kasih yang tak terbatas dan dos yang selalu dipanjatkan kepada Tuhan demi kelancaran perkuliahan dan masa depan penulis.
8. Diri sendiri, terima kasih atas kerja keras, keteguhan hati dan semangat untuk terus melangkah maju melewati setiap tantangan hingga berhasil menyelesaikan tanggung jawab ini.
9. Teman-teman seperjuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis serta Prodi Manajemen Angkatan 2026, terima kasih telah memberikan semangat, kebersamaan dan masukan yang selalu diberikan selama kita berjuang bersama.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah tulus membantu dan memberikan dukungan moral maupun material hingga skripsi ini dapat selesai.

Madiun, 9 Juni 2026

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING ii
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN PANITIA PENGUJI iii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN v
KATA PENGANTAR vi
DAFTAR ISI viii
DAFTAR TABEL x
DAFTAR GAMBAR xii
DAFTAR LAMPIRAN xiii
ABSTRAK xiv
ABSTRACT xv
BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Batasan Masalah 12
C. Rumusan Masalah 12
D. Tujuan Masalah 13
E. Manfaat Penelitian 14
BAB II KAJIAN PUSTAKA 16
A. Kajian Pustaka 16
B. Penelitian Terdahulu 32
C. Kerangka Berfikir 51
D. Hipotesis Penelitian 53
BAB III METODE PENELITIAN 62
A. Tempat dan Waktu penelitian 62
B. Desain Penelitian 63
C. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel 63
D. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional 66
E. Sumber Data 69

F. Teknik Pengumpulan Data 69
G. Instrumen Penelitian 70
H. Teknik Analisis Data 71
I. Analisis Data 72
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 77
A. Gambar Umum Objek Penelitian 77
B. Deskripsi Data 78
C. Pembahasan Hasil Penelitian 105
BAB V PENUTUP 128
A. Kesimpulan 128
B. Implikasi 129
C. Keterbatasan 130
D. Saran 130
DAFTAR PUSTAKA 132
LAMPIRAN 136
DAFTAR RIWAYAT HIDUP 175

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perbandingan Top Brand 5
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu 33
Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian 62
Tabel 3. 2 Operasional 67
Tabel 3. 3 Skor Instrumen Penelitian 70
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 79
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 80
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian Produk 81
Tabel 4. 4 Statistic Deskriptif Variabel *Green Marketing* 82
Tabel 4. 5 Statistic Deskriptif Variabel Inovasi Produk 82
Tabel 4. 6 Statistic Deskriptif Variabel Minat Beli 83
Tabel 4. 7 Statistic Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian 83
Tabel 4. 8 Uji Validitas Variabel *Green Marketing* 84
Tabel 4. 9 Uji Validitas Variabel Inovasi Produk 84
Tabel 4. 10 Uji Validitas Variabel Minat Beli 85
Tabel 4. 11 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian 85
Tabel 4. 12 Uji Validitas Variabel *Green Marketing* Tahap II 86
Tabel 4. 13 Uji Validitas Variabel Inovasi Produk Tahap II 86
Tabel 4. 14 Uji Validitas Variabel Minat Beli Tahap II 86
Tabel 4. 15 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian Tahap II 87
Tabel 4. 16 Reliabilitas 87
Tabel 4. 17 Uji Outer Model Tahap I 89
Tabel 4. 18 Uji Outer Model Tahap II 91
Tabel 4. 19 Uji *Fornell-Larcker* 94
Tabel 4. 20 Uji HTMT 95
Tabel 4. 21 Uji Reliabilitas 96
Tabel 4. 22 R-square 97
Tabel 4. 23 Kuat atau Lemahnya Pengaruh Variabel Berdasarkan Nilai R-squar 97

Tabel 4. 24 Q-square.....98
Tabel 4. 25 *Goodness of Fit*.....100
Tabel 4. 26 Uji Hipotesis *(Direct Effets)* 101
Tabel 4. 27 Uji Mediasi *(Indirect Effects)* 103

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Produk PT Unicharm Indonesia Tbk Ramah Lingkungan..... 3
Gambar 2. 1 *Theory of Reasoned Action* (TRA) 17
Gambar 2. 2 *Theory of Planned Behavior* (TPB)..... 19
Gambar 2. 3 Kerangka Berpikir Penelitian 52
Gambar 4. 1 Uji Outer Model Tahap I 89
Gambar 4. 2 Uji Outer Model Tahap II 91

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner 137
Lampiran 2 Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden 145
Lampiran 3 Statistic Deskriptif Variabel *Green Marketing* 161
Lampiran 4 Statistik Deskriptif Variabel Inovasi Produk 161
Lampiran 5 Statistik Deskriptif Variabel Minat Beli 161
Lampiran 6 Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian 161
Lampiran 7 Uji Validitas Variabel *Green Marketing* 162
Lampiran 8 Uji Validitas Variabel Inovasi Produk 162
Lampiran 9 Uji Validitas Variabel Minat Beli 162
Lampiran 10 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian 162
Lampiran 11 Uji Validitas Variabel *Green Marketing* Tahap II 163
Lampiran 12 Uji Validitas Variabel Inovasi Produk Tahap II 163
Lampiran 13 Uji Validitas Variabel Minat Beli Tahap II 163
Lampiran 14 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian Tahap II 163
Lampiran 15 Reliabilitas 164
Lampiran 16 Uji Outer Model Tahap I 164
Lampiran 17 Uji Outer Model Tahap I 164
Lampiran 18 Uji Outer Model Tahap II 165
Lampiran 19 Uji Outer Model Tahap II 165
Lampiran 20 Uji *Fornell-Larcker* 166
Lampiran 21 Uji HTMT 166
Lampiran 22 Uji Reliabilitas 166
Lampiran 23 R-square 166
Lampiran 24 Q-square 166
Lampiran 25 *Goodness of Fit* 167
Lampiran 26 Uji Hipotesis *(Direct Effets)* 167
Lampiran 27 Uji Mediasi *(Indirect Effects)* 167