

**IMPLEMENTASI *GREEN MARKETING* DAN *BRAND IMAGE*
UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN *CASISH*
BUS MEREK HINO PADA
PT. DUTA CEMERLANG MOTORS SEMARANG**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat

Guna memperoleh Gelar Sarjana Program Starta Satu (S1)

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

NAMA : ZAINUL BAGUS ANDHIKA

NIM : 13413269

Program Studi : Manajemen

Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

2018

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : *Implementas Green Marketing dan Brand Image Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Cacish Bus Merek Hino Pada PT. DUTA CEMEELANG MOTORS SEMARANG*

Nama : Zainul Bagus Andhika

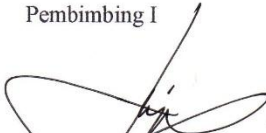
Nim : 13413269

Prodi : Manajemen


Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diajukan guna memperoleh Gelar Sarjana Progam Starta Satu (S-1) Progam Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 06 Februari 2018

Pembimbing I


(Sujiono, SE., MM)
NIK. 19560616 198909 12

Pembimbing II



(Tegoeh Hari A, SE., MM)
NIK. 19671005 199309 14


Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi


(Titi Rapih, SE., MM)
NIK. 19630505 199003 2 003

Dosen Penguji :


(Sujiono, SE., MM)
NIK. 19560616 198909 12


(Riawan, S.Pd., MM)
NIK. 19851205 201603 13


(Adi Santoso, SE., MM)
NIK. 19881127 201603 13

Ringkasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel green marketing terhadap volume penjualan dan brand image terhadap volume penjualan pada PT. Duta Cemerlang Motors Semarang. Sampel penelitian ini adalah konsumen bus merek Hino yang datang secara langsung maupun tidak. Jumlah responden pada penelitian ini adalah 120 responden. Teknik analisis yang digunakan untuk mengolah data adalah program SPSS. Dari hasil pengujian data dapat disimpulkan bahwa variabel green marketing berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan sebesar 7,219 dengan nilai signifikansi 0,00 dan juga variabel brand image berpengaruh signifikan terhadap peningkatan volume penjualan sebesar 4,468 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Sedangkan untuk nilai Rsquare didapatkan nilai sebesar 0,444 yang mana artinya adalah variabel green marketing dan brand image berpengaruh terhadap peningkatan volume penjualan sebesar 44,4 % sedangkan sisanya tidak terdapat dalam penelitian ini.

Kata kunci : Green Marketing, Brand Image terhadap peningkatan Volume penjualan

MOTO

“Kata –kata itu adalah sumber kekuatan, entah itu yang terucap atau tertulis

sehingga mampu abadi dan tetap dikenang oleh generasi selanjutnya.

Kata – kata yang baik akan membangun solidaritas kerja yang baik

sehingga kerja keras di dukung dengan kata kata yang keras,

kata – kata yang mampu memotivasi untuk terus berkarya dan bekerja!!

entah itu kata – kata yang tertulis, di lisankan atau di dalam hatinya,

semua sudah memiliki jalan masing masing”

(Fatamorgana)

“Memilih dengan tanpa penyesalan”

(Mary Anne R)

“ Kalahkan dirimu sendiri, Maka kau bisa menggenggam dunia”

(Zainul Bagus A)

“Kesuksesan akan terjadi jika bertemunya kesempatan dan persiapan”

(Zainul Bagus A)

LEMBAR PERSEMBAHAN

Pak'e dan Mak'e

Kupersembahkan tulisan singkat ini sebagai salah satu tanda bakti terhadap mu sebagai salah satu kewajibanku untuk menyelesaikan pendidikan.

Maaf belum bisa membanggakan pak e dan mak e.

untuk mak e, semoga sehat selalu, di beri umur yang panjang, barokah dan selalu dilimpahkan rahmat oleh Allah SWT.

Untuk pak e, tenang di sana ya pak, maaf hanya bukti kecil ini dan doa yang bisa kuberikan, mohon maaf belum belum bisa membalas jasmu selama ini.

Sampai engkau pergi dulu untuk menghadap sang illahi.

Tenang di sana ya pak, selamat bercengkrama dengan malaikat penunggu surge.

Sayang kalian berdua

KAKAK – KAKAK SAYA

Terimakasih juga kepada kakak saya, Sri Sunarmi, Winarsih dan Nurul Chasanah.

Terimakasih atas segala apa yang kalian beri,fasilitas, materi, ilmu dan pengalaman.

Semoga selalu sehat, di mudahkan rezekinya, di panjangkan umurnya selalu bahagia dengan keluarga.

Terimakasih atas kesabaran kalian semua.

Saying kalian semua :*

TEMAN – TEMAN

Terimakasih kepada teman – teman manajemen F, khususnya WONG NJERO yakni Tri Faisal Rizki, Frendi Galih, Tri Adi P, Yuda Niar YP, Deni Ria Setiawan dan juga M. Wahyu, kalian luar biasa, saya doakan semoga segera menyusul menyelesaikan studinya. Kepada teman – teman HMJ dan BEM FE terimakasih atas pengalamannya selama ini. Terimakasih kepada THE A Team Khususnya Andika Diana Putra, Aditya Hendra Jati dan Hendrik sastrowardoyo, terimakasih atas bantuan kalian selama ini, dan juga teman teman yang lainnya.

Wanita

Terimakasih juga kepada kalian, wanita di sekitarku yang mampu membuatku bersemangat. mereka adalah Indar W, Ayu Novianty dan juga Ayu Nur Wilan

WKWKWKWKWKW

Keponakan Saya

Kirana Amela Selva Safira, Azka Naufal Muflih Pratama Winsan dan juga Adzkia Hanna Humaira. Lekas tumbuh dewasa bisa jadi kebanggaan orang tua. Tumbuh dengan sholeh dan sholikhah.

Pembimbing

Terimakasih kepada pembimbing skripsi saya pak jiono, dan juga khususnya kepada pak Teguh, terimakasih atas segala ilmunya, bukan cuman ilmu di dalam kelas, juga ilmu di lapangan yang membuat saya sangat bersemangat dalam menyelesaikan studi saya ini. Semoga selalu di beri

kesehatan amiiin.

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat serta hidayah-Nya juga atas dukungan dan do'a-do'a dari orang-orang tercinta, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, dengan rasa bangga serta bahagia saya mengucapkan rasa syukur dan terimakasih saya kepada:

1. Kedua orang tua saya, mereka adalah sumber semangat paling besar dalam hidup saya.
2. Kakak – kakak saya, Terimakasih atas segala yg kalian berikan.
3. Teman teman manajemen F, dan juga teman teman Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
4. Dosen pembimbing saya, pak Sujiono SE, MM dan Juga Pak Tegoeh Harui A. SE., MM
5. Kepada ibu Umi farida selaku kepala Progam Studi Manajemen dan juga ibu Titi Rapini selaku dekan fakultas ekonomi.
6. Terimakasih kepada seluruh pegawai fakultas ekonomi dan seluruh staf kampus Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
7. Bapak Drs. H. Sulton selaku rector Universitas Muhammadiyah Ponorogo.



PERNYATAAN TIDAK MELANGGAGAR

KODE ETIKA PENELITIAN

Siapa yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat atau pendapat yang pernah ditulis dan atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 6 Februari 2018



(Deny Ria Setyawan)

NIM 13413256

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Pengesahan.....	i
Ringkasan.....	ii
Kata Pengantar.....	iii
Daftar Isi.....	v
Daftar Gambar.....	iv
Daftar Lampiran.....	
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	8
1.3. Batasan Masalah.....	8
1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	9
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori.....	11
2.2. Penelitian Terdahulu.....	32
2.3. Kerangka Penelitian.....	34
2.4. Hipotesis.....	36
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Ruang Lingkup Penelitian.....	33
3.2. Populasi dan Sampel.....	33
3.3. Metode Pengumpulan Data.....	34
3.4. Definisi Oprasional Variabel.....	36
3.5. Metode Analisis Data.....	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1. Hasil Penelitian.....	48

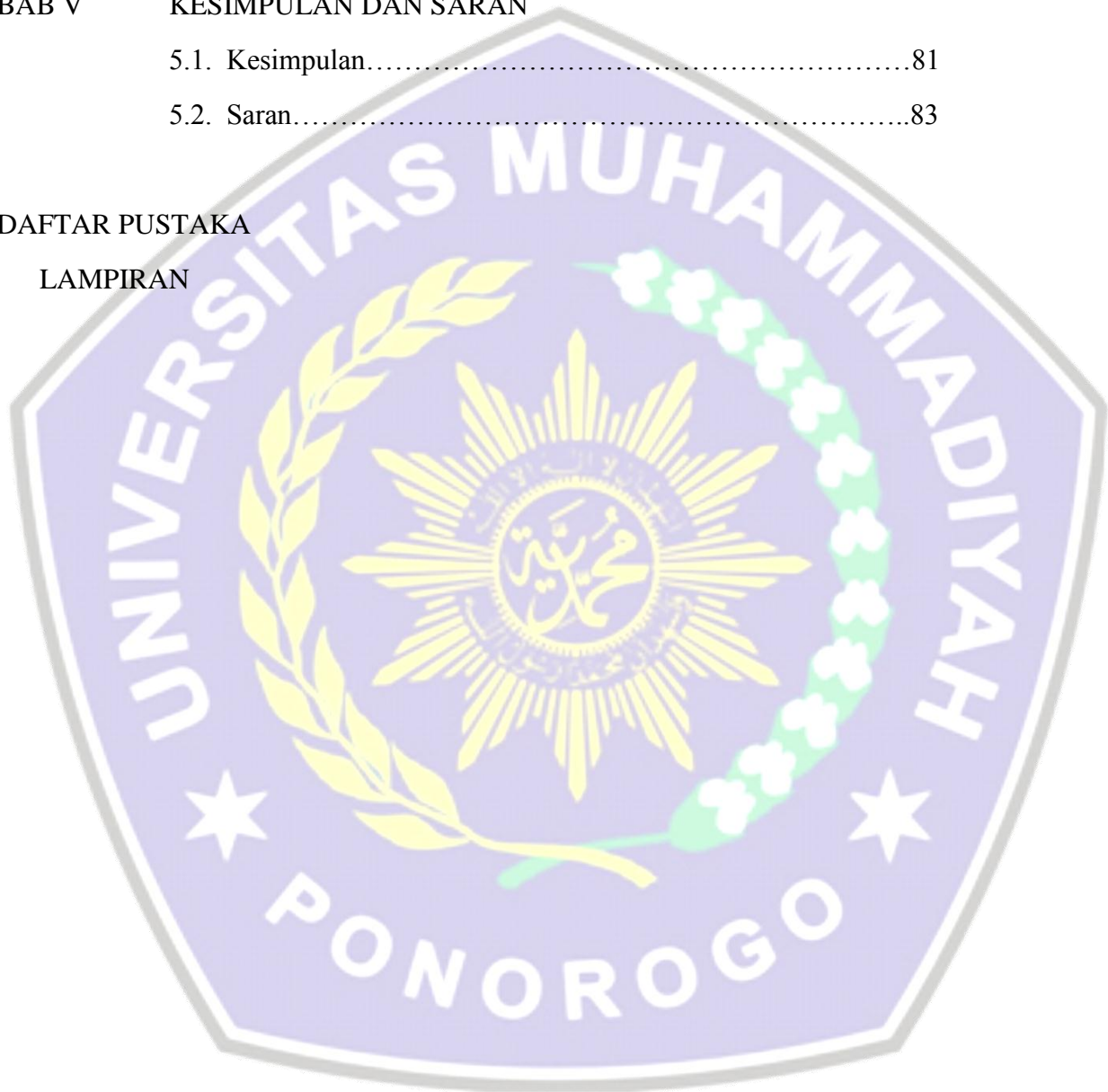
4.2. Analisis Deskriptif Variabel.....	46
4.3. Analisis Pengujian.....	67
4.4. Pembahasan.....	80

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan.....	81
5.2. Saran.....	83

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Jumlah Karyawan Perusahaan.....	52
Tabel 4.2	Klasifikasi Jenis Kelamin Responden.....	62
Tabel 4.3	Klasifikasi Jenis Pekerjaan Responden.....	63
Tabel 4.4	Klasifikasi Pendapatan Tiap Bulan.....	64
Tabel 4.5	Analisis Deskriptif Variabel <i>Green Marketing</i>	65
Tabel 4.6	Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i>	65
Tabel 4.7	Analisis Deskriptif Variabel Volume Penjualan.....	66
Tabel 4.8	Uji Validitas.....	68
Tabel 4.9	Uji Reliabilitas.....	69
Tabel 4.10	Uji Normalitas.....	70
Tabel 4.11	Uji Multikolonieritas.....	71
Tabel 4.12	Uji Heterokedastisitas.....	72
Tabel 4.13	Uji Autokorelasi.....	73
Tabel 4.14	Uji Regresi Linier Berganda.....	74
Tabel 4.15	Koefesien Determinasi.....	75
Tabel 4.16	Uji T.....	77
Tabel 4.17	Uji F.....	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Perusahaan Green Marketing.....	21
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	35
Gambar 4.1 Proses Kegiatan Perusahaan.....	55



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuosioner Penelitian

Lampiran 2. Tabulasi Hasil Penelitian

Lampiran 3. Tanggapan Responden Terhadap Ke3 Variabel

Lampiran 4. Data Responden

Lampiran 5. Uji Validitas

Lampiran 6. Uji Reabilitas

Lampiran 7. Uji Normalitas

Lampiran 8. Uji Regresi Linier Berganda (Uji T, Uji F dan Rsquare)

