



**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, GARANSI  
SEUMUR HIDUP DAN MINAT TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN *GREEN PRODUCT* (TUPPERWARE)  
DI KECAMATAN PEKALONGAN SELATAN**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat  
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh :

**KHODIJAH**  
**NIM. 2013115338**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN  
2020**



**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, GARANSI  
SEUMUR HIDUP DAN MINAT TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN *GREEN PRODUCT* (TUPPERWARE)  
DI KECAMATAN PEKALONGAN SELATAN**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat  
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh :

**KHODIJAH**  
**NIM. 2013115338**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN  
2020**

**SURAT PERNYATAAN  
KEASLIAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Khodijah  
NIM : 2013115338  
Fakultas/Jurusan : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi  
Syariah  
Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Garansi Seumur  
Hidup, dan Minat Terhadap Keputusan Pembelian  
*Green Product* (Tupperware) di Kecamatan  
Pekalongan Selatan

menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Apabila skripsi ini terbukti merupakan hasil duplikasi atau plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi akademis dan dicabut gelarnya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar – benarnya.

Pekalongan, 16 Maret 2020

Yang Menyatakan



**Khodijah**

**NIM. 2013115338**

## NOTA PEMBIMBING

**Agus Arwani, M.Ag**

Jl. Pendowo No.33 RT.02 RW.07 Prawasan Barat  
Kedungwuni Timur Kedungwuni Kab. Pekalongan

Lamp. : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdri. Khodijah

Kepada Yth.  
Rektor IAIN Pekalongan  
c.q. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
di  
PEKALONGAN

*Assalamualaikum Wr. Wb.*

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi Saudari :

Nama : Khodijah

NIM : 2013115338

Jurusan : Ekonomi Syariah

Judul : Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Garansi Seumur Hidup,  
dan Minat Terhadap Keputusan Pembelian *Green Product*  
(Tupperware) di Kecamatan Pekalongan Selatan

dengan ini mohon agar Skripsi Saudari tersebut dapat segera dimunaqosahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.  
Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

*Wassalamualaikum Wr. Wb.*

Pekalongan, 16 Maret 2020  
Pembimbing,

  
Agus Arwani, M. Ag

NIP. 19760807 2014 121 002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Pahlawan No.52, RowolakuKajenPekalongan Telp.085728204134 /Fax. (0285) 423418  
Website: febi.iainpekalongan.ac.id/Email: febi@iainpekalongan.ac.id

**PENGESAHAN**

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan mengesahkan skripsi Saudari :

Nama : **KHODIJAH**  
NIM : **2013115338**  
Judul : **PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, GARANSI SEUMUR HIDUP DAN MINAT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GREEN PRODUCT (TUPPERWARE) DI KECAMATAN PEKALONGAN SELATAN**

Telah diujikan pada hari Rabu tanggal 11 Maret 2020 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji

Penguji I

**Ali Amir Isfandiari, M.Ag**  
NIP. 1974408122005011002

Penguji II

**Drajat Stiawan, M. Si**  
NIP. 198301182015031001

Pekalongan, 11 Maret 2020

Disahkan oleh

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**  
  
**Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, SH., M.H**  
NIP. 19750220 199903 2 001





## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

### 1. Konsonan

Fonem-fonem konsonan bahasa Arab yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi itu sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	h	ha (dengan titik di atas)
خ	kha	Kh	ka dan ha
د	dal	D	De
ذ	Zal	Z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es



ش	syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	ş	es (dengan titik di
ض	dad	ḍ	de (dengantitik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di
ع	'ain	'	komaterbalik (di atas)
غ	gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	qaf	Q	Qi
ك	kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	mim	M	Em
ن	nun	N	En
و	wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	hamzah	`	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

## 2. Vokal

Vokaltunggal	Vokalrangkap	Vokalpanjang
أ = a		آ = ā
إ = i	أِي = ai	إِي = ī
أ = u	أُو = au	أُو = ū

## 3. Ta Marbutah

*Ta marbutah* hidup dilambangakan dengan /t/

Contoh :

مرأة جميلة ditulis *mar'atunjamīlah*

*Ta marbutah* mati dilambangakan dengan /h/



Contoh :

فاطمة      ditulis      *fātimah*

4. *Syaddad* (*tasydid*, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddad* tersebut.

Contoh:

ربنا      ditulis      *rabbānā*

البر      ditulis      *al-birr*

5. Kata sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh:

الشمس      ditulis      *asy-syamsu*

الرجل      ditulis      *ar-rojulu*

السيدة      ditulis      *as-sayyidah*

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qomariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.





Contoh:

القمر ditulis *al-qamar*

البديع ditulis *al-badi'*

الجلال ditulis *al-jalāl*

#### 6. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof / `/.

Contoh:

أمرت ditulis *umirtu*

شيء ditulis *syai'un*

## PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan Alhamdulillah atas Rahmat-Nya, Karya sederhana ini telah selesai dan saya persembahkan kepada :

1. Allah SWT Yang Maha Esa dan Baginda Nabi Muhammad SAW.
2. Kedua orang tuaku Almarhum Bapak Lukman Chakim dan Ibuku tersayang Ana Nur Khasanah, yang telah memberikan segala cinta, sayang, support dan do'a yang tidak ada henti – hentinya mengalir kepada anak – anaknya.
3. Suamiku tersayang Joko Santoso yang telah memberikan support dalam menyelesaikan program studi ini.
4. Adik – Adikku dan keluarga ku tercinta yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang senantiasa memberikan semangat kepadaku.
5. Sahabatku satu – satunya Vita Nadiana yang tidak ada hentinya memberikan semangat, dan bantuan dalam menyelesaikan skripsi.
6. Anakku Zaim Ash-Shidqi Alfarizqi & Zaskia Aulia Rahma yang telah menjadi semangat terbesar dalam menyelesaikan studi ini.





## MOTTO

*“Hasbunallah wanikmal wakil, nikmal maula wa nikman nasir”*

Cukup Allah sebagai pelindung kami, dan Allah adalah sebaik – baiknya  
pelindung

(Qs. Ali Imran: 173)

“barangsiapa yang menghendaki (berhasil) dunia maka raihlah dengan ilmu,

“barangsiapa yang menghendaki (berhasil) akhirat maka raihlah dengan ilmu,

“barangsiapa yang menghendaki (berhasil) kedua – duanya maka raihlah  
dengan ilmu”

(HR. Ibnu Katsir)



## ABSTRAK

**KHODIJAH. IAIN Pekalongan. 2019 Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Garansi Seumur Hidup dan Minat terhadap Keputusan Pembelian *Green Product* (Tupperware) di Kecamatan Pekalongan Selatan. Dosen Pembimbing: Agus Arwani, M.Ag**

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji pengaruh faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk Tupperware di Kecamatan Pekalongan Selatan, empat salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah harga, kualitas produk, garansi seumur hidup dan minat. Pada penelitian ini diharapkan akan menjadi informasi bagi warga khususnya ibu – ibu yang membeli/memakai produk Tupperware di Kecamatan Pekalongan Selatan dan masukan pada perusahaan Tupperware, dan dapat dijadikan bahan pertimbangan baik secara langsung maupun tidak langsung dalam menerapkan harga, kualitas produk, garansi seumur hidup dan minat bagi keputusan konsumen yang ditawarkan produk Tupperware. Tupperware yang mengkampanyekan *green product* sejak lama. Sehingga masyarakat mengenal Tupperware dengan citra mereknya.

Penelitian ini merupakan penelitian *field research* dengan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah warga khusus ibu – ibu yang membeli/memakai produk Tupperware di Kecamatan Pekalongan Selatan. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Simple Random Sampling* dengan jumlah sampel 61 responden. Metode analisis menggunakan regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  harga sebesar  $3,784 > t_{tabel} 2,003$ , nilai  $t_{hitung}$  kualitas produk sebesar  $2,089 > t_{tabel} 2,003$ , nilai  $t_{hitung}$  garansi seumur hidup sebesar  $2,111 > t_{tabel} 2,003$  dan nilai  $t_{hitung}$  minat sebesar  $2,557 > t_{tabel} 2,003$ . Artinya harga, kualitas produk, garansi seumur hidup dan minat secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian *green product* (Tupperware) di Kecamatan Pekalongan Selatan. Secara simultan diperoleh nilai  $F_{hitung} 12,234 > F_{tabel} 2,54$  artinya harga, kualitas produk, garansi seumur hidup dan minat secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian *green product* (Tupperware) di Kecamatan Pekalongan Selatan.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Produk, Garansi Seumur Hidup, Minat, Keputusan pembelian, *Green Product*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, atas segala berkah dan limpahan rahmat-Nya serta sholawat dan salam kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Garansi Seumur Hidup, Dan Minat Terhadap Keputusan Pembelian *Green Product* (Tupperware) Di Kecamatan Pekalongan Selatan” Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, bimbingan dan saran dari berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Maka dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Allah SWT, yang telah memberikan kesehatan dan kekuatan sehingga penulisan skripsi ini dapat berjalan dengan lancar.
2. Bapak Dr. H. Ade Dedi Rohayana, M.Ag selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Pekalongan.
3. Ibu Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Pekalongan.
4. Bapak dan Ibu Dosen program S1 Reguler Fakultas Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Pekalongan yang telah mendidik dan membekali ilmu pengetahuan.





5. Ibu Santika Lya Dyah Pramesti, M.Pd selaku dosen wali bagi penulis selama menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Pekalongan.
6. Bapak Agus Arwani, M.Ag selaku dosen pembimbing atas waktu, perhatian dan segala bimbingan serta arahnya selama penulisan skripsi ini.
7. Ibu Saya Ana Nur Khasanah, dan Almarhum Ayah Lukman Chakim serta Adik – Adik saya atas doa restu, kasih sayang, kesabaran, dan dukungan moral serta dukungan financial selama proses penyusunan skripsi ini.
8. Suami Saya Joko Santoso dan Putra Saya Zaim Ash- shidqi Alfarizki dan Zaskia Aulia Rahma yang telah mensupport dan memahami keadaan saya.
9. Bapak Suyono, S.IP selaku Bapak Camat Kecamatan Pekalongan Selatan
10. Bapak – Bapak Kepala Desa Kelurahan Banyurip, Kelurahan Buaran Kradenan, Kelurahan Jenggot, Kelurahan Kuripan Kertoharjo, Kelurahan Yosorejo, Kelurahan Sokoduwet.
11. Ibu Wiwin selaku Branch Manager AGM Chantika Tupperware Pekalongan yang bersedia memberikan informasi – informasi tambahan guna kelengkapan data skripsi.
12. Sahabat saya satu – satunya Vita Nadiana yang telah memberikan semangat, perhatian, gagasan, saran-saran dalam penyusunan skripsi ini menjadi lebih sempurna motivasinya ketika saya merasa bosan dan lelah dalam mealakukan pengerjaan skripsi ini.



13. Seluruh responden yang telah meluangkan waktu dan pikirannya untuk bekerjasama dalam mengisi kuesioner penelitian
14. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah dengan tulus ikhlas memberikan doa dan dukungan hingga dapat terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang bersifat membangun akan menyempurnakan penulisan skripsi ini serta bermanfaat bagi penulis, pembaca, dan bagi peneliti selanjutnya.

Pekalongan, 16 Maret 2020

Penulis

Khodijah



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	ii
<b>NOTA PEMBIMBING</b> .....	iii
<b>PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI</b> .....	v
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	ix
<b>MOTTO</b> .....	x
<b>ABSTRAK</b> .....	xi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xv
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xviii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xx
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xxi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	8
E. Sistematika Pembahasan .....	9
<b>BAB II KERANGKA TEORI</b>	
A. Landasan Teori .....	10
1. Keputusan Pembelian .....	10
2. Harga .....	13
3. Kualitas Produk .....	17
4. Garansi Seumur Hidup .....	19
5. Minat .....	21
B. Tinjauan Pustaka .....	24
C. Kerangka Teori .....	35
D. Hipotesis .....	37





### BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	40
B. Setting Penelitian .....	40
C. Variabel Penelitian .....	41
D. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel .....	45
E. Instrumen Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data .....	47
F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data .....	49

### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data.....	57
1. Deskripsi Karakteristik Responden .....	58
2. Deskripsi Kategori Variabel .....	62
B. Analisis Data .....	65
1. Uji Instrumen .....	65
2. Uji Asumsi Klasik.....	68
3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	74
4. Uji Hipotesis.....	77
C. Pembahasan.....	82
1. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian <i>Green Product</i> (Tupperware) di Kecamatan Pekalongan Selatan .....	82
2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian <i>Green Product</i> (Tupperware) di Kecamatan Pekalongan Selatan .....	84
3. Pengaruh Garansi Seumur Hidup Terhadap Keputusan Pembelian <i>Green Product</i> (Tupperware) di Kecamatan Pekalongan Selatan.. ..	85
4. Pengaruh Minat Terhadap Keputusan Pembelian <i>Green Product</i> (Tupperware) di Kecamatan Pekalongan Selatan .....	86
5. Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Garansi Seumur Hidup dan Minat Terhadap Keputusan Pembelian <i>Green Product</i> (Tupperware) di Kecamatan Pekalongan Selatan .....	87

### BAB V PENUTUP



A. Simpulan ..... 89  
B. Saran..... 91  
**DAFTAR PUSTAKA** ..... 93  
**LAMPIRAN** ..... 94



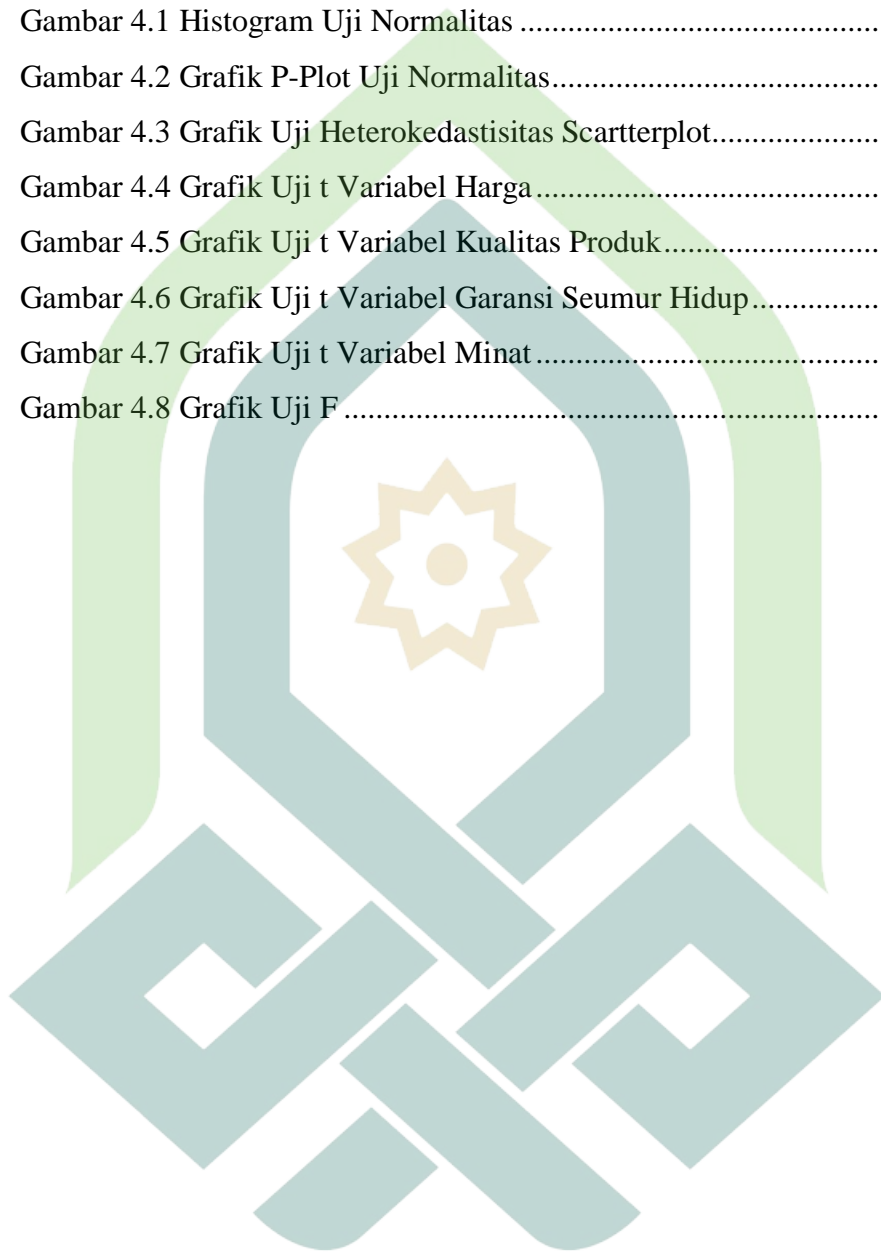
## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Penghargaan Top Brands Award Tahun 2017 - 2019 .....	2
Tabel 2.1	Tabel Penelitian Terdahulu .....	24
Tabel 4.1	Deskripsi Karakteristik berdasarkan Usia Responden .....	58
Tabel 4.2	Deskripsi Karakteristik berdasarkan Pekerjaan responden .	59
Tabel 4.3	Deskripsi Karakteristik berdasarkan Produk Tupperware yang sering dibeli .....	60
Tabel 4.4	Deskripsi Karakteristik berdasarkan tempat pembelian produk Tupperware Responden .....	61
Tabel 4.5	Deskripsi Kategori Variabel Harga No. 1 .....	62
Tabel 4.6	Uji Validitas Variabel Harga.....	76
Tabel 4.7	Uji Validitas Variabel Kualitas Produk.....	76
Tabel 4.8	Uji Validitas Variabel Garansi Seumur Hidup.....	77
Tabel 4.9	Uji Validitas Variabel Minat .....	77
Tabel 4.10	Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	77
Tabel 4.11	Uji Reliabilitas .....	78
Tabel 4.12	Uji Normalitas .....	81
Tabel 4.13	Uji Linieritas .....	82
Tabel 4.14	Uji Multikolinieritas .....	83
Tabel 4.15	Uji Heterokedastisitas .....	84
Tabel 4.16	Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	85
Tabel 4.17	Hasil Uji F .....	91
Tabel 4.18	Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	92



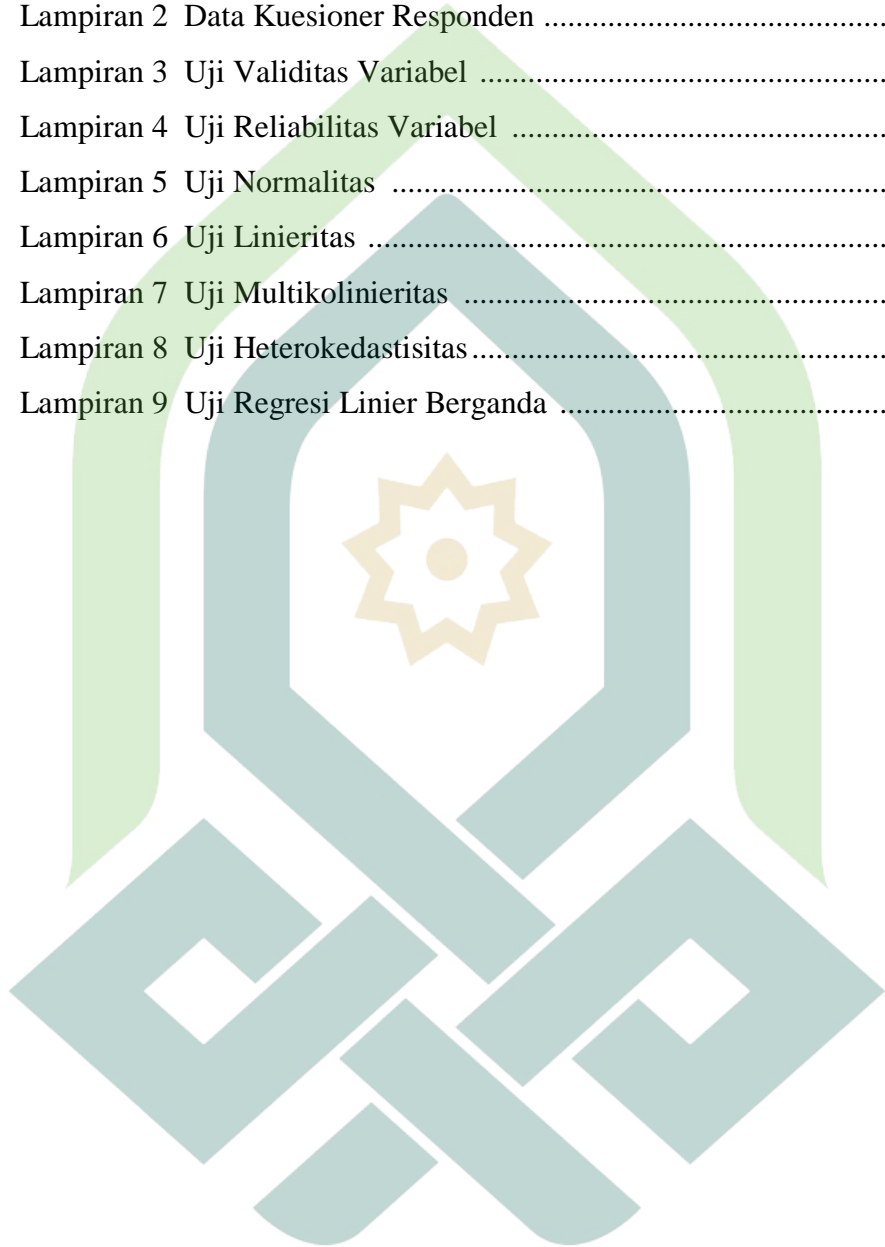
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tahapan Proses Pembelian .....	11
Gambar 4.1 Histogram Uji Normalitas .....	79
Gambar 4.2 Grafik P-Plot Uji Normalitas.....	80
Gambar 4.3 Grafik Uji Heterokedastisitas Scartterplot.....	84
Gambar 4.4 Grafik Uji t Variabel Harga.....	88
Gambar 4.5 Grafik Uji t Variabel Kualitas Produk.....	88
Gambar 4.6 Grafik Uji t Variabel Garansi Seumur Hidup.....	89
Gambar 4.7 Grafik Uji t Variabel Minat.....	90
Gambar 4.8 Grafik Uji F.....	91



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Data Karakteristik Responden .....	97
Lampiran 2 Data Kuesioner Responden .....	102
Lampiran 3 Uji Validitas Variabel .....	114
Lampiran 4 Uji Reliabilitas Variabel .....	119
Lampiran 5 Uji Normalitas .....	120
Lampiran 6 Uji Linieritas .....	121
Lampiran 7 Uji Multikolinieritas .....	123
Lampiran 8 Uji Heterokedastisitas .....	123
Lampiran 9 Uji Regresi Linier Berganda .....	124





## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Permasalahan sampah semakin menjadi masalah besar ketika jumlah sampah yang semakin bertambah dan sulit untuk didaur ulang. Jumlah sampah yang semakin meningkat membuat masyarakat mulai sadar bahwa produk – produk yang setiap hari mereka gunakan dapat menambah jumlah sampah. Beberapa konsumen saat ini mulai lebih selektif dalam melakukan pemilihan dan pembelian produk sehari – hari. Perubahan ini dijadikan peluang. Produsen sedikit demi sedikit mulai beralih menggunakan bahan baku produksi yang tidak mudah merusak lingkungan atau dengan istilah lain bahan yang ramah lingkungan. Produk ramah lingkungan atau yang biasa disebut dengan Produk Hijau (*Green Product*) merupakan produk-produk industri yang diproduksi melalui teknologi ramah lingkungan dan tidak menyebabkan bahaya terhadap lingkungan.<sup>1</sup>

Tupperware Brands Corporation adalah perusahaan multinasional yang memproduksi serta memasarkan produk plastik berkualitas untuk keperluan rumah tangga yang memberikan solusi praktis untuk gaya hidup

---

<sup>1</sup> Rath, Ramesh Chandra. “An Impact of Green Marketing on Practices of Supply Chain Management in Asia: Emerging Economic Opportunities and Challenges. *International Journal of Supply Chain Management* Volume 2 Nomor 1, 2017, hlm. 213

sehat dan modern.<sup>2</sup> Berikut adalah Prestasi Tupperware yang berhasil memperoleh penghargaan Top Brands Award Tahun 2017 – 2019

Tabel 1.1 Penghargaan Top Brands Award Tahun 2017 – 2019

Merek	2017	2018	2019	TOP
Tupperware	43,3%	42,6%	33,2%	TOP
Lion Star	38,7%	26,9%	45,5%	TOP
Lock & Lock	1,0%	7,5%	4,2%	
Maspion	-	-	3,8%	
Clarix	1,0%	5,4%	2,9%	

(sumber : <http://www.topbrand-award.com>)

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa Tupperware secara 3 tahun terakhir mendapatkan kategori TOP dalam penghargaan Top Brands Award. Pada tahun 2017 sampai tahun 2019 semester awal, Tupperware mendapatkan presentase yang lebih tinggi dibandingkan produk kompetitornya. Meskipun pada tahun 2019 semester awal Tupperware mengalami penurunan persentase pada tahun 2018 sebesar 42,6% menjadi 33,2 % pada tahun 2019 semester awal. Namun, hal tersebut tetap menjadikan Tupperware oleh masyarakat dianggap unggul dan membuat pihak perusahaan meningkatkan inovasi produk untuk menghadapi persaingan.

<sup>2</sup> <https://www.tupperware.co.id/berita-kegiatan/berita/dukung-hari-bumi-tupperware-gelar-lari-tanpa-jejak-sampah> (diakses 27 September 2019 pukul 22.44 WIB)



Perusahaan harus dapat menciptakan citra merek yang menarik, mudah diingat, serta menggambarkan manfaat dari produk sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen yang digambarkan dengan tagline “*She Can You Can*”. Salah satunya dengan memberikan kualitas produk yang bagus menggunakan material berkualitas, harga yang *prestige* yang mana selaras dengan kualitas produk yang diberikan dan garansi seumur hidup yang menjamin konsumen Tupperware. Karena persepsi pelanggan terhadap citra merek Tupperware yang baik dapat menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian. Itulah sebabnya membangun citra merek yang baik menjadi tugas penting bagi perusahaan dan menjadi sebuah aset perusahaan.

Menurut Kotler dan Keller bahwa citra merek (*Brand Image*) adalah persepsi yang dimiliki oleh konsumen pada saat pertama kali mendengar slogan yang diingat dan tertanam dibenak konsumen. Jika konsumen tidak memiliki pengalaman dengan suatu produk, mereka cenderung untuk mempercayai citra merek yang disukai atau yang terkenal.<sup>3</sup> Alasan inilah yang mendorong perusahaan untuk memperkuat posisi mereknya agar terciptanya *brand image* yang positif dan menancap dihati.

Menurut Dicky Aldoko dkk, dalam jurnal nya yang berjudul pengaruh *green marketing* terhadap citra merek dan dampaknya pada keputusan

---

<sup>3</sup> Kotler & Keller. *Marketing Management*. Penerjemah Bob Sabran, edisi ketiga belas, (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 403





pembelian mengatakan bahwa citra merek terbukti memiliki pengaruh signifikan keputusan pembelian. Hal ini bahwa citra merek yang positif pada Tupperware Corporation, telah mampu membantu mendorong konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.<sup>4</sup>

Kualitas produk merupakan suatu hal yang penting dalam menentukan pemilihan suatu produk oleh konsumen. Konsumen akan lebih menyukai dan memilih produk yang mempunyai kualitas lebih baik bila dibandingkan dengan produk lain sejenis yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Harga merupakan jumlah yang harus diberikan oleh konsumen terhadap kepemilikan suatu produk. Harga yang dimaksud disini adalah ketersediaan konsumen atau keputusan konsumen dalam membayar harga yang dimaksud (harga premium). Secara teori dikatakan jika harga lebih mahal dibandingkan dengan produk yang lain, maka jumlah permintaan akan lebih rendah dibandingkan dengan produk lain.<sup>5</sup> Namun berbeda dengan produk Tupperware, konsumen mengenal produk Tupperware merupakan produk yang memiliki harga lebih tinggi dibandingkan dengan produk alat rumah tangga yang lain, namun peminat produk ini tidak pernah berkurang.

Zaman sekarang untuk menarik minat pembeli, para penjual menggunakan berbagai macam cara. Salah satu cara yang digunakan adalah

---

<sup>4</sup> Dicky Aldoko,dkk. *Pengaruh Green Marketing terhadap citra merek dan dampaknya pada keputusan pembelian (Survei pada mahasiswa fakultas ilmu administrasi 2012/2013 Universitas Brawijaya yang melakukan pembelian produk Tupperware)*. *Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 40 No. 2*. (Surabaya: Universitas Brawijaya. 2016), hlm. 6

<sup>5</sup> Adiwarman Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, ( Jakarta: Rajawali Pers, 2004), hlm. 364



dengan menggunakan garansi pada barang yang akan dijual. Yang dimaksud dengan garansi seumur hidup (*lifetime*) adalah jika produk Tupperware rusak atau cacat dalam pemakaian sesuai dengan fungsinya, maka dapat diklaim untuk mendapatkan penggantian secara gratis ke kantor distributor terdekat.<sup>6</sup> Berdasarkan penjelasan tersebut dapat diketahui bahwa ketika suatu produk memiliki garansi *lifetime*, maka pembeli dapat mengajukan klaim tanpa batasan waktu selama telah memenuhi prosedur dan persyaratan klaim yang telah ditentukan.

Dengan adanya penelitian bahwa citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, dari factor – factor citra merek diantaranya kualitas produk, harga, garansi seumur hidup dan minat. Yang menjadikan konsumen membeli produk Tupperware meskipun harga produk yang termasuk mahal tapi disamping itu disediakannya garansi seumur hidup dan memberikan kualitas produk yang bagus dari PT. Tupperware sehingga dalam penelitian ini penulis mengambil tema dengan judul penelitian : **“Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Garansi Seumur Hidup Dan Minat Terhadap Pembelian *Green Product* (Tupperware) Di Kecamatan Pekalongan Selatan”**

---

<sup>6</sup> <https://www.tupperware.co.id/produk/info-produk/garansi> (diakses 27 September 2019 pukul 23.40 WIB)



## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian *green product* (Tupperware) di Kecamatan Pekalongan Selatan ?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian *green product* (Tupperware) di Kecamatan Pekalongan Selatan ?
3. Apakah garansi seumur hidup berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian *green product* (Tupperware) di Kecamatan Pekalongan Selatan ?
4. Apakah minat berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian *green product* (Tupperware) di Kecamatan Pekalongan Selatan ?
5. Apakah harga, kualitas produk, garansi seumur hidup dan minat berpengaruh secara simultan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian *green product* (Tupperware) di Kecamatan Pekalongan Selatan?



### C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian *green product* (Tupperware) di Kecamatan Pekalongan Selatan ?
2. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian *green product* (Tupperware) di Kecamatan Pekalongan Selatan ?
3. Untuk mengetahui apakah garansi seumur hidup berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian *green product* (Tupperware) di Kecamatan Pekalongan Selatan ?
4. Untuk mengetahui apakah minat berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian *green product* (Tupperware) di Kecamatan Pekalongan Selatan ?
5. Untuk mengetahui apakah harga, kualitas produk, garansi seumur hidup dan minat berpengaruh secara simultan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian *green product* (Tupperware) di Kecamatan Pekalongan Selatan ?



#### D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sejumlah manfaat antara lain sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan
  - a. Sebagai dasar objektif dalam pengambilan keputusan serta sebagai pedoman untuk menentukan langkah – langkah yang akan dilakukan oleh perusahaan di masa yang akan mendatang.
  - b. Meningkatkan strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan produk tersebut yang ditawarkan.
2. Bagi Peneliti
  - a. Memperdalam pengetahuan peneliti dalam bidang pemasaran khususnya mengenai harga, kualitas produk, garansi seumur hidup dan minat serta strategi pemasaran agar konsumen mempunyai kepuasan untuk menggunakan produk.
  - b. Sebagai implementasi atas teori yang telah didapat pada perkuliahan dan menambah wawasan akan kasus nyata dalam dunia bisnis.
3. Bagi pihak lain
  - a. Sebagai saran dan media untuk mengembangkan ilmu pengetahuan dan sebagai bahan literatur untuk menambah wacana baru bagi dunia akademis.
  - b. Bagi peneliti lain, sebagai bahan acuan untuk penelitian selanjutnya.



## E. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pembaca dalam memahami isi dari penelitian ini, maka penyajiannya dibagi menjadi beberapa bab sebagai berikut :

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

### **BAB II : KERANGKA TEORI**

Bab ini berisi mengenai landasan teori, tinjauan pustaka, kerangka berfikir.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi tentang jenis dan pendekatan penelitian, populasi dan sampel penelitian, tempat dan waktu penelitian, sumber data penelitian, metode pengumpulan data dan teknik analisis data.

### **BAB IV : ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini membahas tentang temuan yang diperoleh dari hasil penelitian dengan cara kuesioner, observasi, dan wawancara.

### **BAB V : PENUTUP**

Bab ini merupakan tahapan akhir dari penelitian skripsi yang berisi kesimpulan dan penutup.





## BAB V

### PENUTUP

#### A. Simpulan

Berdasarkan analisis harga, kualitas produk, garansi seumur hidup dan minat terhadap keputusan pembelian *green product* (Tupperware) di Kecamatan Pekalongan Selatan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian *green product* (Tupperware) di Kecamatan Pekalongan Selatan

Hasil perhitungan dengan menggunakan regresi linier berganda menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap keputusan pembelian *green product* (Tupperware) di Kecamatan Pekalongan Selatan pada taraf signifikansi 5%. Hal ini menunjukkan dengan nilai signifikansi pada variabel harga yaitu  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} 3,784 > t_{tabel} 2,003$ .

2. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian *green product* (Tupperware) di Kecamatan Pekalongan Selatan

Hasil perhitungan dengan menggunakan regresi linier berganda menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian *green product* (Tupperware) di Kecamatan Pekalongan Selatan pada taraf signifikansi 5%. Hal ini menunjukkan



dengan nilai signifikansi pada variabel harga yaitu  $0,041 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} 2,089 < t_{tabel} 2,003$ .

3. Pengaruh garansi seumur hidup terhadap keputusan pembelian *green product* (Tupperware) di Kecamatan Pekalongan Selatan

Hasil perhitungan dengan menggunakan regresi linier berganda menunjukkan bahwa garansi seumur hidup memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap keputusan pembelian *green product* (Tupperware) di Kecamatan Pekalongan Selatan pada taraf signifikansi 5%. Hal ini menunjukkan dengan nilai signifikansi pada variabel harga yaitu  $0,039 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} 2,111 > t_{tabel} 2,003$ .

4. Pengaruh minat terhadap keputusan pembelian *green product* (Tupperware) di Kecamatan Pekalongan Selatan

Hasil perhitungan dengan menggunakan regresi linier berganda menunjukkan bahwa minat memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap keputusan pembelian *green product* (Tupperware) di Kecamatan Pekalongan Selatan pada taraf signifikansi 5%. Hal ini menunjukkan dengan nilai signifikansi pada variabel harga yaitu  $0,113 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} 2,557 > t_{tabel} 2,003$

5. Berdasarkan uji signifikansi simultan (Uji F) bahwa nilai signifikansi di bawah 0,05 yaitu sebesar 0,000 dan nilai  $F_{hitung} 12,234 > F_{tabel} 2,54$ . Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen harga, kualitas produksi, garansi seumur hidup dan minat berpengaruh signifikan terhadap

keputusan pembelian *green product* (Tupperware) di Kecamatan Pekalongan Selatan Dan berdasarkan nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,428 atau 42,8 %. Hal ini mengandung arti bahwa sekitar 42,8 % keputusan pembelian (Y) dapat dijelaskan oleh variabel harga ( $X_1$ ), kualitas produk ( $X_2$ ), garansi seumur hidup ( $X_3$ ) dan minat ( $X_4$ ). Sedangkan sisanya sebesar 57,2 % dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

#### B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan maka selanjutnya peneliti menyampaikan saran – saran yang sekiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak – pihak yang terkait atas hasil penelitian ini. Adapun saran – saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut :

##### 1. Bagi Perusahaan

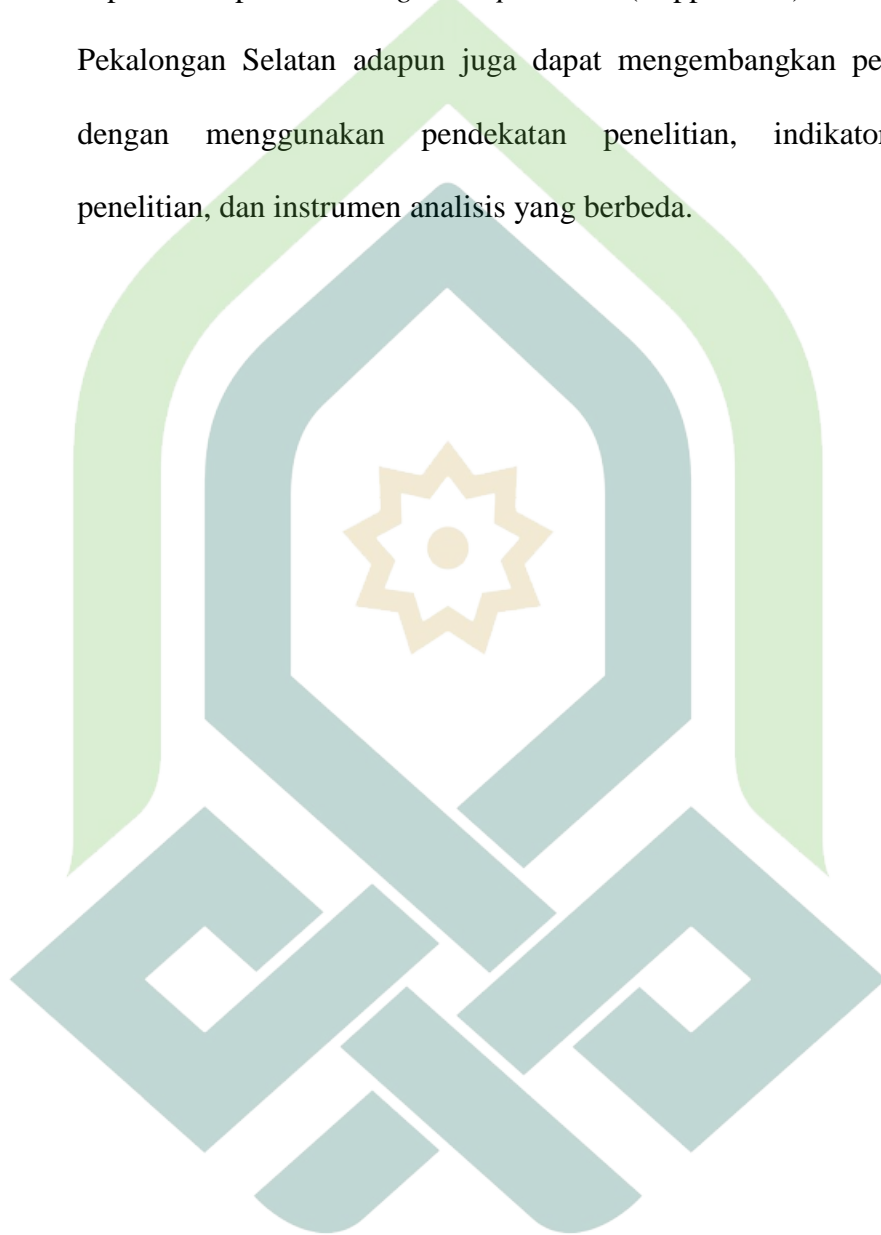
Dari hasil penelitian ini dapat dijadikan gambaran, laporan maupun acuan mengenai faktor – faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian *green product* (tupperware) di Kecamatan Pekalongan Selatan.

##### 2. Bagi Peneliti Berikutnya

Untuk dapat menelaah dan mengkaji lebih dalam dan meluas terkait faktor – faktor keputusan pembelian *green product* (tupperware) di Kecamatan Pekalongan Selatan sehingga diharapkan mampu membuka pengetahuan konsumen akan pentingnya mengetahui apa saja yang perlu diketahui oleh para konsumen *green product* (Tupperware) di Kecamatan



Pekalongan Selatan. Selain itu, diharapkan pula dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian *green product* (Tupperware) di Kecamatan Pekalongan Selatan adapun juga dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan pendekatan penelitian, indikator variabel penelitian, dan instrumen analisis yang berbeda.





## DAFTAR PUSTAKA

### A. Buku

- Abdullah, M. Ma'ruf. 2014. *Manajemen Bisnis Syariah Cet. I*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo
- Arikunto, Suharsini. 2014. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*. Jakarta: Rhineka Cipta
- Departemen Agama Republik Indonesia. 1987. *Surat Al-Baqoroh ayat 168, Al-Quran dan terjemahannya*. Jakarta: DEPAG RI
- Gitosudarmo, Indriyo. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE
- Imam, Ghozali. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Irawan, dkk. 1996. *Pemasaran Prinsip dan Kasus*. Yogyakarta:BPFE
- Karim, Adiwarmanto.2014. *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*. Jakarta: Rajawali Pers
- Keller, Philip Kotler. 2009. *Marketing Management. Penerjemah Bob Sabran, edisi ketiga belas*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran di Indonesia Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat
- Kotler, Philip. dkk. 2004. *Manajemen Pemasaran dari Sudut Pandang Asia*. Jakarta:Indeks
- Kuncoro, Ridwan. 2007. *Cara Menggunakan dan Memaknai Analisis Jalur (Path Analysis)*. Bandung: Alfa Beta

Lubis, Suhrawardi K. Chairuman Pasaribu. 1996. *Hukum Perjanjian dalam Islam cet II*, Jakarta: Sinar Grafika

Prawirosentono, Suyadi . 2004. *Manajemen Mutu Terpadu Total Quality Manajemen Abad 21*. Jakarta: Bumi Aksara

Santoso. 2010. *Analisis Multivariat*. Jakarta: Elex Media Komputindo

Swastha, Basu . 1999. *Azas-Azas Marketing*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta

Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta

Sugiyono. 2009. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfa Beta

Shidarta. 2000. *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. Jakarta: Grasindo

Suhendi, Hendi . 2002. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT. Ghalia Indonesia

Utomo, Setiawan Budi. 2003. *Fiqh Aktual (Jawaban Tuntas Masalah Kontemporer)*. Jakarta: Gema Insani

Umar, 2010. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

## **B. Hasil Penelitian Skripsi/Jurnal**

Aldoko, Dicky. dkk. 2016. Pengaruh Green Marketing terhadap citra merek dan dampaknya pada keputusan pembelian (Survei pada mahasiswa fakultas ilmu administrasi 2012/2013 Universitas Brawijaya yang melakukan pembelian produk Tupperware). *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol. 40 No. 2. Surabaya: Universitas Brawijaya

Chandra, Rath. Ramesh. 2017. "An Impact of Green Marketing on Practices of Supply Chain Management in Asia: Emerging Economic

*Opportunities and Challenges. International Journal of Supply Chain Management* Volume 2 Nomor 1. Jurnal.

- Nugraha, Rofly. 2018. Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Serta Harga Terhadap Loyalitas Melalui Minat Beli Ulang Pelanggan Tupperware Di Kota Jember. *Skripsi*. Jember: Universitas Jember
- Putra, Putu Agus Wira. dkk. 2015. Pengaruh fitur, layanan pelengkap dan garansi Terhadap keputusan pembelian handpone (studi kasus pada mahasiswa s1 fakultas ekonomi dan bisnis Universitas udayana Denpasar). *Jurnal*. Bali: Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Udayana
- Rohim, Abdul. 2015. Pengaruh Harga Dan Garansi Seumur Hidup Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen dalam Membeli Produk Tupperware (Studi Kasus Di Kelurahan Tambak Aji Rw V Ngaliyan Semarang). *Skripsi*. Semarang: UIN Walisongo
- Sari, Putri Intan Permata. 2016. Studi tentang minat beli ulang produk tupperware di kota pekalongan. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia* volume xv, no. 2. Semarang: Universitas Diponegoro
- Savitri, Mareta Harlia. dkk. 2016. Pengaruh kualitas produk hijau dan harga premium terhadap Keputusan pembelian dan kepuasan konsumen (survei pada konsumen tupperware di distributor resmi pt adicitra prima kencana Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* | Vol. 40 No. 2. Malang: Fakultas Administrasi Bisnis. Universitas Brawijaya. 2016
- Shofianah, Ely. 2014. Pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian (Survei pada mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis angkatan 2010/2011 dan 2011/2012 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang membeli produk plastik Tupperware). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* | Vol. 9 No. 1. Malang: Universitas Brawijaya
- Tamamudin. 2017. The Relation Between Price, Product Quality, And Image of A Batik Brand Toward Customer Satisfaction. *International Journal*



*of Islamic Business and Economics*, Pekalongan: Faculty of Islamic Economics and Business of Institut Agama Islam Negeri (IAIN).

Wulandari, Husni Aprilianti. 2015. Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Brand Imagerhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Tupperware (Studi Kasus Di Masyarakat Di Kelurahan Mandonga). *Skripsi*. Mandonga: Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

### C. Website

<https://www.tupperware.co.id/berita-kegiatan/berita/dukung-hari-bumi-tupperware-gelar-lari-tanpa-jejak-sampah> (diakses 27 September 2019 pukul 22.44 WIB)

<https://www.tupperware.co.id/produk/info-produk/garansi> (diakses 27 September 2019 pukul 23.40 WIB)

<https://id.wikipedia.org/wiki/Garansi> (Diakses pada tanggal 26 Maret 2019)





## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

### **IDENTITAS DIRI**

1. Nama : Khodijah
2. Tempat, Tanggal Lahir : Pekalongan, 17 Mei 1997
3. Agama : Islam
4. Alamat : Perum Wonopringgo Asri B-44 Desa Wonopringgo  
Kecamatan Wonopringgo Kabupaten Pekalongan
5. Alamat Email : Otti.khodijah@yahoo.com

### **IDENTITAS ORANGTUA**

1. Nama Ayah : Lukman Chakim, S.E, M.Pd
2. Nama Ibu : Ana Nur Khasanah, S,Pd.I
3. Alamat : Pringlangu Gang 5 No. 21 Kelurahan Pringrejo  
Kecamatan Pekalongan Barat Kota Pekalongan

### **RIWAYAT PENDIDIKAN PENULIS**

1. MII Pringlangu 02 Lulus Tahun 2009
2. SMP N 14 Pekalongan Lulus Tahun 2012
3. SMA N 1 Kedungwuni Lulus Tahun 2015

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar – benarnya untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Pekalongan, 06 Juni 2020

Pennulis  
  
Khodijah





KEMENTERIAN AGAMA KEMENTERIAN AGAMA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Pahlawan No. 52 Kajen, Kabupaten Pekalongan,  
Website : [www.iainpekalongan.ac.id](http://www.iainpekalongan.ac.id) | email : [febi@iainpekalongan.ac.id](mailto:febi@iainpekalongan.ac.id)

18 Oktober 2018

Nomor : 889/In.30/M.1/PP.00.9/10/2018  
Lamp : 1 bendel (terlampir)  
Hal : Penunjukan Pembimbing Proposal dan Skripsi

Kepada Yth.  
Agus Arwani, SE,. M.Ag  
di-

PEKALONGAN

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Diberitahukan dengan hormat, bahwa mahasiswa :

Nama : Khodijah  
NIM : 2013115338  
Semester : VII (Tujuh)

Telah mengajukan judul skripsi :


**Pengaruh Harga, Kualitas dan Inovasi Terhadap Keputusan Pembelian Green Product (Tuperware) Di Kabupaten Pekalongan**

Sehubungan dengan hal itu dimohon kesediaan Bapak/Ibu untuk menjadi pembimbing proposal dan skripsi mahasiswa tersebut dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Memberikan bimbingan penyusunan proposal skripsi maksimal 2 (dua) minggu sejak surat ini diterima.
2. Menanda tangani surat pengantar pembimbing sebagai dasar pengajuan seminar proposal (terlampir).
3. Melanjutkan proses penyusunan skripsi hingga selesai maksimal 4 (empat) bulan apabila mahasiswa telah menyerahkan surat pengesahan perbaikan proposal skripsi dari dewan pembahas kepada pembimbing.

Demikian surat penunjukan proposal dan skripsi ini dibuat. Atas perhatian dan kerja sama Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

a.n Dekan  
Wakil Dekan Bidang Akademik dan  
Kelembagaan  
  
Dr. AM. M. Hafidz Ma'shum, M. Ag.  
NIP. 197806162003121003





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
PEKALONGAN**

Jl. Kusumabangsa No. 9 Pekalongan, Telp (0285) 412575 | Faks (0285) 423418  
Website : [perpustakaan.iain-pekalongan.ac.id](http://perpustakaan.iain-pekalongan.ac.id) | email : [perpustakaan@iain-pekalongan.ac.id](mailto:perpustakaan@iain-pekalongan.ac.id)

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika IAIN Pekalongan, yang bertandatangan di bawah ini, saya :

Nama : KHODIJAH  
NIM : 2013115338  
Fakultas / Jurusan : FEBI/ EKONOMI SYARIAH  
e-mail address : [Otti.khodijah@yahoo.com](mailto:Otti.khodijah@yahoo.com)  
No. Telepon : 081327999408

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada perpustakaan IAIN Pekalongan, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Tugas Akhir  Skripsi  Tesis  Desertasi  Lain-lain (.....) yang berjudul PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, GARANSI SEUMUR HIDUP DAN MINAT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *GREEN PRODUCT* (TUPPERWARE) DI KECAMATAN PEKALONGAN SELATAN

Demi perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan IAIN Pekalongan berhak menyimpan, mengalih-media/ format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/ pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan IAIN Pekalongan, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya dengan sebenarnya.

Pekalongan, 06 Juni 2020



KHODIJAH

NB : Harap di isi, ditempel materai dan ditandatangani kemudian di format pdf dan dimasukkan dalam CD

Perpustakaan IAIN Pekalongan