

SKRIPSI

**Pengaruh *Green Marketing Mix* Terhadap Keputusan Pembelian Produk
Ramah Lingkungan
(Studi Terhadap Masyarakat di Kota Banjarmasin)**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana (S1)
pada Program Studi Administrasi Bisnis

Oleh:

PRITTA KARTIKA

NIM : 1710412620044



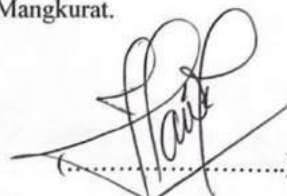
**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
BANJARMASIN**

2023

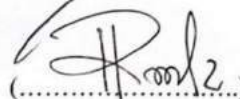
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH *GREEN MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
RAMAH LINGKUNGAN (Studi terhadap Masyarakat di Kota Banjarmasin)

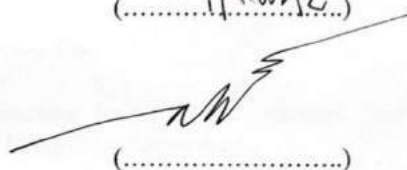
- A. Nama Mahasiswa : Pritta Kartika
NIM : 1710412620044
- B. Telah disetujui, lulus dan disahkan sebagai Skripsi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.
- C. Tim Penguji:
- a. Pembimbing
Dr. H. Hairudinor, S.Sos, MM
NIP. 197306161999031003
- b. Penguji I
Dr. Irwansyah, S.Sos, M.Si
NIP. 197104201999031001
- c. Penguji II
Drs. Sugiharto, MS
NIP. 195906151987031004



(.....)




(.....)



(.....)

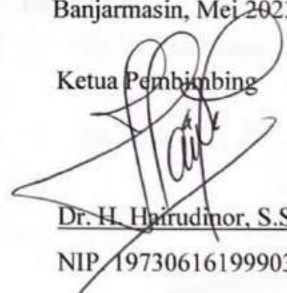
Banjarmasin, Mei 2023

KPS Administrasi Bisnis



Hj. Nurul Wahyuni, S. Sos, M.AB
NIP. 197511052001122001

Ketua Pembimbing



Dr. H. Hairudinor, S.Sos, MM
NIP. 197306161999031003

Mengetahui
Dekan FISIP ULM



Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si
NIP. 197301221998021001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini Rabu tanggal 17 bulan Mei tahun 2023, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 2301/UN8.1.13/KP.10.00/2023 tanggal 3 Mei 2023 untuk menguji skripsi :

Nama : Pritta Kartika
NIM : 1710412620044
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ramah Lingkungan (Studi Terhadap Masyarakat di Kota Banjarmasin)

Tempat Ujian : Ruang Sidang 1
Waktu Ujian : 09.00 Wita s.d Selesai
Nilai :
Dinyatakan : Lulus / ~~Tidak Lulus~~


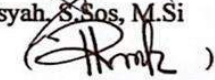
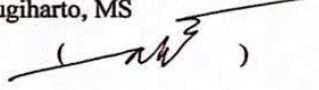
Demikian berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : BANJARMASIN
Pada Tanggal : 5 Mei 2023

Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,

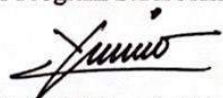

Pritta Kartika

1. Ketua : Dr. H. Hairudinor, S.Sos, MM)

2. Sekretaris : Dr. Irwansyah, S.Sos, M.Si)

3. Anggota : Drs. Sugiharto, MS)


Mengetahui/membenarkan :

a.n. Dekan

Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis,


Hj. Nuful Wahyuni, S.Sos, M.AB
NIP. 197511052001122001

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat, anugerah dan kasih sayang-Nya, penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini.

Skripsi yang berjudul “PENGARUH *GREEN MARKETING MIX* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK RAMAH LINGKUNGAN (Studi terhadap Masyarakat Kota Banjarmasin)” ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan pada Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis di Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat. Penulis berharap agar kiranya skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik berkat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis mengucapkan terima kasih terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad Alim Bachri, S.E selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.
2. Bapak Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos, Msi selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.
3. Ibu Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.
4. Bapak Dr. H. Hairudinor, S.Sos, MM selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan saran dan bimbingan selama penyusunan skripsi sehingga dapat terselesaikan.

5. Bapak Dr. Irwansyah, S.Sos, M.Si selaku Dosen Penguji I yang telah memberikan saran dan bimbingan selama penyusunan skripsi sehingga dapat terselesaikan.
6. Bapak Drs. Sugiharto, MS selaku Dosen Penguji II yang telah memberikan saran dan bimbingan selama penyusunan skripsi sehingga dapat terselesaikan.
7. Bapak dan Ibu Dosen Pengajar Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat yang telah memberikan Ilmu pengetahuan dan bimbingan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh teman-teman di Banjarmasin ataupun di kota lain, yang sudah membantu menyusun laporan ini.

Kritik dan saran pembaca demi kesempurnaan Skripsi ini sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi siapa saja yang telah membacanya.

Banjarmasin, Mei 2023

Penulis

PERSEMBAHAN

“Follow your Bliss.”

Janganlah hendaknya kamu kuatir tentang apapun juga, tetapi nyatakanlah dalam segala hal keinginanmu kepada Allah dalam doa dan permohonan dengan ucapan syukur (Filipi 4:6)

Yang utama dari segalanya, puji serta syukur kepada Tuhan Yesus atas karunia serta kemudahan yang telah diberikan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Dengan bangga ku persembahkan hasil perjuangan dan jerih payahku ini kepada:

- ❖ Ibu saya, Yusida Feronika yang telah mendidik, memberikan semangat dan dukungan secara langsung baik secara moril serta doa yang tiada henti-hentinya.*
- ❖ Kedua kakak saya Genina dan Lea, yang telah mendukung saya baik secara moril dan materil. Tetaplah saling membantu dan bersama menjadi lebih baik untuk memberikan yang terbaik untuk keluarga.*
- ❖ Teman baik serta teman seperjuangan saya, Diah Suci, yang selalu hadir untuk menolong saya dalam pengerjaan skripsi ini.*
- ❖ Seluruh keluarga dan teman-teman saya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu terimakasih telah menjadi bagian dari hidup saya.*

*"We always look at the mountains ahead of us,
and we forget the mountains behind us were just as hard to climb.*

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan :

1. Karya Tulis Skripsi saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi mana pun.
2. Karya Tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari dosen pembimbing dan masukan tim penguji
3. Seluruh karya atau pendapat pakar atau karya yang telah di publikasikan orang lain yang terdapat dalam karya tulis ini telah di sitasi nama pengarangnya dan dicantumkan di dalam daftar Pustaka
4. Pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya sebagai peneliti bersedia menerima sanksi sesuai undang-undang yang berlaku

Banjarmasin, Mei 2023
Mahasiswa Yang Bersangkutan

Pritta Kartika
1710412620044

ABSTRAK

Pritta Kartika, 1710412620044, 2023, Pengaruh *Green Marketing Mix* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ramah Lingkungan (Studi terhadap Masyarakat Kota Banjarmasin), di bawah bimbingan Hairudinor.

Konsep *green marketing mix* adalah sama dengan bauran pemasaran konvensional yaitu merujuk pada kepuasan kebutuhan, keinginan, dan hasrat pelanggan dalam hubungan dengan pemeliharaan dan pelestarian dari lingkungan hidup. Penelitian ini menguji pengaruh secara parsial dan simultan *green product* terhadap keputusan pembelian produk ramah lingkungan terhadap masyarakat di Kota Banjarmasin

Lokasi penelitian adalah Kawasan Wisata Siring yang beralamat di Jalan Jenderal Sudirman, Siring, Antasan Besar, Kec. Banjarmasin Tengah, Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan 70123, Indonesia. Populasi pada penelitian ini adalah Masyarakat Kota Banjarmasin yang menggunakan produk ramah lingkungan dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Dalam pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah kuisisioner dan menggunakan analisis regresi linier berganda untuk melakukan pengujian hipotesis

Hasil analisis dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *green product*, *green price*, *green promotion* dan *green place* baik secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian produk ramah lingkungan terhadap masyarakat di Kota Banjarmasin.

Kata Kunci: *Green Marketing*, Keputusan Pembelian dan Produk Ramah Lingkungan

ABSTRACT

Pritta Kartika, 1710412620044, 2023, *The Influence of Green Marketing Mix on Purchasing Decisions of Environmentally Friendly Products (Study of Banjarmasin City Communities)*, under the guidance of Mr. Hairudinor.

The concept of the green marketing mix is the same as the conventional marketing mix, which refers to the satisfaction of customer needs, wants and desires in relation to the maintenance and preservation of the environment. This study determines and analyzes the partial and simultaneous effect of green products on purchasing decisions of environmentally friendly products for the people in the city of Banjarmasin

The research location is the Siring Tourism Area which is located at Jalan Jenderal Sudirman, Siring, Antasan Besar, Kec. Central Banjarmasin, Banjarmasin City, South Kalimantan 70123, Indonesia. The population in this study is the Banjarmasin City Community who use environmentally friendly products with a total sample of 100 respondents. In collecting data used by researchers is a questionnaire and using multiple linear regression analysis to test the hypothesis

The results of the analysis can be seen that there is a significant influence between green product, green price, green promotion and green place both partially and simultaneously on the purchasing decision of environmentally friendly products for the people in the city of Banjarmasin.

Keywords: Green Marketing, Purchasing Decisions and Environmentally Friendly Products

DAFTAR ISI

	Halaman
SKRIPSI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.
BERITA ACARA	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR	iv
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1 Manfaat Akademis	5
1.4.2 Manfaat Praktis	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Tinjauan Teori	7
2.1.1 Pemasaran	7
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	8
2.1.3 <i>Green Marketing Mix</i>	9
2.1.3.1 Green Product	9
2.1.3.2 Green Promotion.....	10
2.1.3.3 Green Price	11
2.1.3.4 Green Place.....	11
2.1.4 Keputusan Pembelian	12

2.1.4.1	Pengertian Keputusan Pembelian	12
2.1.4.2	Model Keputusan Pembelian.....	13
2.1.4.3	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	15
2.1.4.4	Peranan Konsumen dalam Keputusan Pembelian	18
2.1.5	Hubungan Antar Variabel.....	19
2.1.5.1	Pengaruh Green Product terhadap keputusan pembelian	19
2.1.5.2	Pengaruh Green Promotion Terhadap Keputusan Pembelian	20
2.1.5.3	Pengaruh Green Price Terhadap Keputusan Pembelian	20
2.1.5.4	Pengaruh Green Place Terhadap Keputusan Pembelian	21
2.2	Penelitian Terdahulu	21
2.3	Hipotesis Penelitian.....	31
2.4	Model Penelitian	32
BAB III METODE PENELITIAN		34
3.1	Pendekatan Penelitian	34
3.2	Tipe Penelitian.....	34
3.3	Lokasi Penelitian	35
3.4	Populasi dan Sampel	35
3.4.1	Populasi Penelitian.....	35
3.4.2	Sampel Penelitian	35
3.4.3	Teknik Sampling.....	36
3.5	Definisi Operasional Variabel.....	36
3.5.1	Variabel Independen	36
3.5.2	Variabel Dependen	40
3.6	Sumber Data.....	43
3.6.1	Data Primer	43
3.6.2	Data Sekunder.....	43
3.7	Teknik Pengumpulan Data	44
3.8	Teknik Pengumpulan Skor	44
3.9	Uji Validitas dan Reliabilitas	45
3.9.1	Uji Validitas	45

3.9.2 Uji Reliabilitas	46
3.10 Teknis Analisa Data	46
3.10.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	46
3.10.2 Uji Asumsi Klasik	47
3.10.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	49
3.10.4 Pengujian Hipotesis	50
3.10.4.1 Uji t	50
3.10.4.2 Uji F.....	51
3.10.4.3 Uji Koefisien Determinan (R ²)	52
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	54
4.1 Profil Responden	54
4.1.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	54
4.1.2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Pekerjaan Responden	55
4.1.3 Karakteristik Berdasarkan Tingkat Usia Responden.....	55
4.1.4 Karakteristik Berdasarkan Tingkat Pendapatan Responden.....	56
4.1.5 Karakteristik Berdasarkan Tingkat Pendidikan Responden	57
4.2 Deskriptif Variabel.....	57
4.2.1 Distribusi Jawaban Variabel <i>Green Product</i> (X1).....	58
4.2.2 Distribusi Jawaban Variabel <i>Green Promotion</i> (X2)	60
4.2.3 Distribusi Jawaban Variabel <i>Green Price</i> (X3).....	61
4.2.4 Distribusi Jawaban Variabel <i>Green Place</i> (X4)	62
4.2.5 Distribusi Jawaban Variabel Keputusan Pembelian (Y)	63
4.3 Hasil Pengujian Hipotesis	66
4.3.1 Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	66
4.3.1.1 Hasil Uji Validitas	66
4.3.1.2 Hasil Uji Reliabilitas	67
4.3.2 Hasil Uji Asumsi Klasik	68
4.3.2.1 Uji Multikolinearitas.....	68
4.3.2.2 Uji Heteroskedastisitas	69
4.3.2.3 Hasil Uji Normalitas	70
4.3.3 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	71
4.3.3.1 Hasil Analisis Regresi Linier Parsial.....	71
4.3.3.2 Nilai Koefisien Determinasi (R ²).....	73

4.3.4 Hasil pengujian Hipotesis	74
4.3.4.1 Pengujian Hipotesis Pertama (Hasil Uji F).....	74
4.3.4.2 Pengujian Hipotesis Kedua (Uji t).....	75
4.3.4.3 Penentuan Variabel Bebas Yang Mempunyai Pengaruh Dominan	77
BAB V PEMBAHASAN HASIL.....	79
5.1 Pembahasan.....	79
5.1.1 Pengaruh <i>Green Product</i> Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ramah Lingkungan	79
5.1.2 Pengaruh <i>Green Promotion</i> Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ramah Lingkungan	80
5.1.3 Pengaruh <i>Green Price</i> Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ramah Lingkungan.....	82
5.1.4 Pengaruh <i>Green Place</i> Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ramah Lingkungan.....	83
5.2 Implikasi Hasil	84
5.3 Keterbatasan Penelitian	84
BAB VI PENUTUP	86
6.1 Kesimpulan.....	86
6.2 Saran.....	86
6.2.1 Saran Akademis	86
6.2.2 Saran Praktis	87
DAFTAR PUSTAKA	lxxxv
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	38
Tabel 3.2 Skala Likert	40
Tabel 3.3 Rentang Kategori Jawaban Responden	43
Tabel 3.4 Tabulasi Interpretasi Nilai R.....	50
Tabel 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Tabel 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan	52
Tabel 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Usia.....	53
Tabel 4.4 Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	53
Tabel 4.5 Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan	54
Tabel 4.6 Kriteria Rentang Jawaban Responden	55
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Variabel <i>Green Product</i>	56
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden Variabel <i>Green Price</i>	57
Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Responden Variabel <i>Green Promotion</i>	59
Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Responden Variabel <i>Green Place</i>	60
Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian....	61
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas.....	64
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas	65
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Multikolinearitas.....	66
Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas Data.....	68
Tabel 4.16 Rekapitulasi Hasil Analisis Regresi Berganda.....	69
Tabel 4.17 Hasil Uji F.....	72
Tabel 4.18 Perbandingan Antara Nilai t_{hitung} Dengan t_{Tabel}	73
Tabel 4.19 Tabel <i>standardized Coeficient Beta</i>	75

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	15
Gambar 2.2 Model Penelitian	27
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	64

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Kuesioner Penelitian	xc
LAMPIRAN 2 Tabulasi Data	xcv
LAMPIRAN 3 Hasil Output Tabel Frekuensi	cxi
LAMPIRAN 4 Hasil Output Uji Validitas, Hasil Uji Realibilitas	cxvi
LAMPIRAN 5 Statistik Deskriptif dan Hasil Uji Asumsi Klasik	cxix
LAMPIRAN 6 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Bergandap	cxxiii