

**PENGARUH *GREEN MARKETING MIX* TERHADAP *GREEN PRODUCT*  
*PURCHASE INTENTION* PADA PRODUK *LOVE BEAUTY AND PLANET*  
DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis  
Universitas Wijaya Kusuma Surabaya  
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen**



**Disusun Oleh :**

**YUKA NABILAH  
NPM 18420029**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA  
2022**

**SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT**

Nama : Yuka Nabilah  
NPM : 18420029  
Alamat : Dukuh Kupang Barat XXVI / 38A, Surabaya  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menatakan bahwa skripsi saya dengan judul "***Pengaruh Green Marketing Mix Terhadap Green Product Purchase Intention Pada Produk Love, Beauty and Planet di Surabaya***" bukan merupakan plagiasi atau saduran dari skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan ini tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 28 Agustus 2022

Yang membuat pernyataan



Yuka Nabilah  
18420029

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**PENGARUH GREEN MARKETING MIX TERHADAP GREEN PRODUCT  
PURCHASE INTENTION PADA PRODUK LOVE, BEAUTY AND PLANET**

DI SURABAYA

Diajukan Oleh :

**YUKA NABILAH**

**NPM : 18420029**

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING



Dr. Dra Ec. Dwi Bhakti Iriantini, MSI

Tanggal, 11 Agustus 2022

NIK/NIP. 8980 – ET

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. Kristiningsih, SE., M.Si

Tanggal, 11 - 08 - 2022

NIK/NIP. 98283 – ET



SKRIPSI

PENGARUH *GREEN MARKETING MIX* TERHADAP *GREEN PRODUCT PURCHASE INTENTION* PADA PRODUK *LOVE, BEAUTY AND PLANET* DI SURABAYA

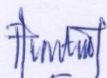
Dipersiapkan dan disusun oleh :

YUKA NABILAH

NPM : 18420029

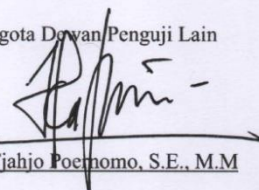
Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama

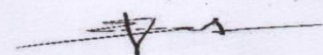


Dr. Dra Ec. Dwi Bhakti Iriantini, MSI

Anggota Dewan Penguji Lain



Tri Tjahjo Poernomo, S.E., M.M



Bambang Setyadarma, S.E., M.Ak

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana manajemen

Tanggal... 11-08-2022 .....



Dr. Kristiningsih, SE., M.Si  
Ketua Program Studi

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat rahmat dan karunia-Nya, sehingga skripsi yang berjudul “**PENGARUH *GREEN MARKETING MIX* TERHADAP *GREEN PRODUCT PURCHASE INTENTION* PADA PRODUK *LOVE BEAUTY AND PLANET* DI SURABAYA**” dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa oenyusunan skripsi ini banyak mengalami kesulitan karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan. Keberhasilan pelaksanaan penelitian ini tidak lepas dari batuan berbagai pihak baik secara moril maupun materil. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih yang setinggi-tingginya kepada :

1. Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya Prof. Dr. H. Widodo Ario Kentjono, dr.Sp. THT-KL(K), FICS yang telah memberi saya kesempatan untuk menjadi bagian dari Civitas Akademika.
2. Bapak Dr. Edi Krisharyanto, SH., MH selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan sekaligus pembimbing dan penasehat saya selama berorganisasi di dalam universitas yang selalu mendukung saya.
3. Bapak Drs Ec. Gimanto Gunawan, MM., M.Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Ibu Siti Asiah Murni, SE., M.Si., Ibu Dwi Indah Mustikorini, SE., MM., Ibu Wiwik Herawati SE., MM. selaku Wakil Dekan I, II, dan III yang sudah

membantu dan membimbing saya selama berorganisasi di dalam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

5. Ibu Dr. Kristiningsih, SE, M.Si. selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
6. Ibu Retno Febriastuti Widyawati, S.E., M.Sc selaku Dosen Wali terima kasih atas bimbingan selama perkuliahan.
7. Ibu Dr. Dra. EC. Dwi Bhakti Irianti, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga serta pikirannya dalam memberikan bimbingan kepada saya demi penyelesaian skripsi ini.
8. Bapak/Ibu Dosen serta Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah memberikan begitu banyak ilmu yang bermanfaat dan bantuan selama masa perkuliahan ini.
9. Keluarga saya tercinta, Papa Kuchiiwa, Mami Christ, Ibu Sri, serta Om dan Tante saya, Om Indra, Tante Mitta, Tante Ike, Tante Santi, Mama Wiwiet, keponakan saya Zaidhan, Khanza, dan Zehan, juga kakak dan adik sepupu saya yang senantiasa memberikan dorongan moral ataupun materil serta doa yang tidak pernah berhenti dan selalu menjadi penghibur di saat saya Lelah.
10. Untuk sahabat-sahabat terbaik saya Itsna Auli Bunga Safina, Nakita Millenia Putri, dan Athalia Salsabila Saputra terima kasih telah menjadi sahabat terbaik bagi penulis dalam segala hal dari SMP sampai dengan lulus kuliah dan penyelesaian skripsi ini senantiasa menemani dan menghibur penulis.

11. Sahabat-sahabat terbaik lainnya Victor Decha Zhevannya, Novia Paramitha Rochmawahyu, Farah Ainur Rachmah, serta teman-teman Antrash yang selalu ada kapanpun. Semoga kalian menjadi orang yang bermanfaat bagi kerabat maupun masyarakat nantinya.
12. Sahabat-sahabat seperjuangan, yaitu Dinna, Anin, Laeli, Ghea, Faizah, Riko, Tomi, Septian, dan Dimas yang telah menjadi teman berproses dari awal sampai sekarang dan sudah banyak melewati momen susah maupun senang Bersama-sama. Kelak kalian semua akan menjadi orang yang baik dan bermanfaat bagi kerabat maupun masyarakat.
13. Teman-teman dan para kakak tingkat di ORMAWA FEB 2019 – 2021, terima kasih atas pengalaman organisasinya yang sangat berharga dan kelak akan berguna bagi saya.
14. Kawan-kawan serta senior UKM Protokol Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, terima kasih atas bimbingan, ilmu, serta pengalaman yang sudah dibagikan dan diajarkan.
15. Senior-senior BEM UWKS mas Fathur, mas Eko, dan mas Ganang, terima kasih sudah membimbing dan menjadi mentor Ketika menjalani organisasi di dalam Universitas.
16. Rekan-rekan BEM UWKS periode 2021 – 2022, Hendra, Anin, Laeli, Levi, Anggita, Fahmi, Blaise, Ariq, Anshelma, Cece, Ara, Apeng, Astrid, Badrus, Ken, Delanovia, Della Varissa, Dhala, Dinna, Fainur, Dwi, Prava, Gabriela, Hasyim, Natasya, Okin, Nopik, Cindy, Tika, Vio, Sabilatul, Deby,

Yonathan, dan yang belum saya sebutkan, terimakasih telah mewarnai Sebagian perjalanan saya Ketika menjabat di BEM UWKS.

17. Untuk rekan-rekan sekaligus para senior BEM Nusantara yang telah memberikan ruang untuk belajar, berproses, dan memperluas jaringan yang sangat bermanfaat.
18. Untuk Wakil Presiden BEM UWKS saya, Fainur Rochmah Dzulhijjah terima kasih sudah menjalani satu periode Bersama dan melalui banyak rintangan dan momen senang maupun sedih Bersama. Semoga kelak bisa menjadi apa yang diinginkan dan terus membuat orangtua bangga.
19. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan oleh penulis satu-persatu yang telah membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak lepas dari kekurangan dan keterbatasan. Namun, penulis berharap semoga skripsi ini dapat ikut memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan dapat berguna bagi pihak-pihak yang bersangkutan. Terakhir, penulis berharap semoga tugas akhir ini dapat memberikan hal yang bermanfaat dan menambah wawasan bagi pembaca dan khususnya bagi penulis sendiri.

Surabaya, 28 Agustus 2022

Penulis

(Yuka Nabilah)



## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
ABSTRAK.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.2 Rumusan Masalah .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.3 Tujuan Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.4 Manfaat Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.5 Sistematika Penulisan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1 Landasan Teori.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.2 Pengertian Green Marketing Mix .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.3 Pengertian Purchase Intention .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.4 Pengertian Green Purchase Intention.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.5 Pengertian Eco-friendly Product.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2 Hubungan Antar Variabel.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.1 Hubungan Green Product dan Green Product Purchase Intention ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.2 Hubungan Green Price dan Green Product Purchase Intention .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.3 Hubungan Green Place dan Green Product Purchase Intention .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.4 Hubungan Green Promotion dan Green Product Purchase Intention	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3 Penelitian Sebelumnya.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.4 Hipotesis dan Model Analisis .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.4.1 Hipotesis.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

2.4.2	Model Analisis.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB III METODE PENELITIAN.....		<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.1	Pendekatan Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2	Populasi dan Sample.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2.1	Populasi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2.2	Sampel.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3	Identifikasi Variabel .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.4	Definisi Operasional.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.5	Jenis dan Sumber Data.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.5.1	Jenis Data.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.5.2	Sumber Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.6	Prosedur Pengumpulan Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.7	Teknik Analisis .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.7.1	Uji Instrumen .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.7.2	Uji Validitas.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.7.3	Uji Realiabilitas.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.7.4	Uji Model .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.7.5	Uji Hipotesis.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2	Hasil Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3	Deskripsi Variabel Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.4.1	Deskripsi Jawaban Responden.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.4	Analisis Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.4.1	Uji Validitas.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.4.2	Uji Reliabilitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.4.3	Uji t.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.4.4	Uji Simultan (Uji F) .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.4.5	Uji Regresi Berganda .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.4.6	Koefisien Determinasi ( <i>Adjusted R Square</i> )..	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.5	Pembahasan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

BAB V KESIMPULAN, SARAN, DAN KETERBATASAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.1    Simpulan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.2    Saran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.3    Keterbatasan Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Daftar Pustaka .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
LAMPIRAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Research Gap .....	6
Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya .....	24
Tabel 3.1 Definisi Operasional.....	37
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Menurut Jenis Kelamin .....	48
Tabel 4.2 Kategori Jawaban Responden .....	50
Tabel 4.3 Jawaban Responden Mengenai <i>Green Product</i> .....	50
Tabel 4.4 Jawaban Responden Mengenai <i>Green Price</i> .....	52
Tabel 4.5 Jawaban Responden Mengenai <i>Green Place</i> .....	53
Tabel 4.6 Jawaban Responden Mengenai <i>Green Promotion</i> .....	54
Tabel 4.7 Jawaban Responden Mengenai <i>Green Product Purchase Intention</i> .....	56
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas .....	57
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas .....	60
Tabel 4.10 Hasil Analisis Uji t .....	61
Tabel 4.11 Hasil Uji F.....	65
Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	67
Tabel 4.13 Hasil Koefisien Determinasi .....	69

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Analisis.....	32
Gambar 4.1 Logo <i>Love Beauty and Planet</i> .....	48
Gambar 4.2 Kurva Distribusi Uji t .....	61
Gambar 4.3 Kurva Distribusi Uji t .....	62
Gambar 4.4 Kurva Distribusi Uji t .....	63
Gambar 4.5 Kurva Distribusi Uji t .....	64

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Kuisisioner .....	81
LAMPIRAN 2 Data Tabulasi Jawaban Responden.....	86
LAMPIRAN 3 Uji Validitas.....	102
LAMPIRAN 4 Uji Reliabilitas .....	108
LAMPIRAN 5 Uji t, Uji F, dan Regresi Linear Berganda.....	114
LAMPIRAN 6 Tabel Pengujian Nilai t.....	122
LAMPIRAN 7 Tabel Pengujian Nilai F .....	124



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh *green marketing mix* terhadap *green product purchase intention* secara parsial. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis menggunakan bantuan aplikasi IBM SPSS V.20. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan Teknik purposive sampling yang merupakan salah satu Teknik nonprobabilitas dimana peneliti memilih sampel dengan pertimbangan tertentu dengan ciri-ciri yang sudah ditentukan berdasarkan tujuan penelitian, dengan harapan dapat menjawab permasalahan penelitian. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 90 responden. Hasil penelitian yaitu pengaruh *green product* berpengaruh signifikan terhadap *green product purchase intention*, *green price* berpengaruh signifikan terhadap *green product purchase intention*, *green place* berpengaruh dan tidak signifikan terhadap *green product purchase intention*, dan *green promotion* berpengaruh signifikan terhadap *green product purchase intention*.

**Kata kunci :** *green marketing mix, green product, green price, green place, green promotion, green product purchase intention.*

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine and explain the effect of green marketing mix on green product purchase intention partially. This study uses a quantitative method with analysis using application IBM SPSS V.20. the determination of the sample in this study uses a purposive sampling techniques which is a non-probability technique where the researcher selects a sample with certain considerations with characteristics that have been determined based on the research objectives, in the hope of answering research problems. The number of samples in this study were 90 respondents. The results of the study are the effect of green product has a significant effect on green product purchase intention, green price has a significant effect on green product purchase intention, green place has an effect but not significant on green product purchase intention, and green promotion has a significant effect on green product purchase intention.*

***Keyword : green marketing mix, green product, green price, green place, green promotion***

