

ABSTRAK

Green marketing, pemasaran dilakukan dengan menggabungkan kepedulian lingkungan yang dibutuhkan oleh konsumen dalam setiap kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh dari *green marketing mix* pada produk The Body Shop di Lippo Plaza Jember. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *green marketing mix ini* berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian produk The Body Shop di Lippo Plaza Jember. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik strategi *green marketing mix* yang dijalankan The Body Shop Jember, maka akan semakin meningkat pula keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen untuk membeli produk The Body Shop di Lippo Plaza Jember.

Kata kunci : *green marketing, green product, green price, green place, green promotion, green marketing mix*, dan keputusan pembelian



ABSTRACT

Green marketing, marketing is done by combining environmental concerns needed by consumers in every marketing activity carried out by the company. The purpose of this study is to determine the effect of green marketing mix on The Body Shop Lippo Plaza Jember products. The results showed that this green marketing mix parcial and simultaneously influenced the purchase decision of The Body Shop products at Lippo Plaza Jember. This indicates that the better the green marketing mix strategy implemented by The Body Shop Jember, the more it will increase consumers' purchasing decisions to buy The Body Shop products at Lippo Plaza Jember.

Keywords: green marketing, green product, green price, green place, green promotion, green marketing mix, and purchase decision.

