

ABSTRAK

Kehidupan yang berkelanjutan sangat penting untuk mengatasi masalah lingkungan dan mempromosikan praktik bisnis yang berkesinambungan. Green marketing atau pemasaran hijau menjadi salah satu upaya penerapan pola pendekatan bisnis dan perekonomian yang lebih ramah lingkungan. Studi ini bertujuan untuk mengeksplorasi penerapan bauran pemasaran hijau (9P) di Sky Farm Glenmore yang berada di Kabupaten Banyuwangi dan bagaimana *green marketing mix* terhadap kepuasan konsumen *Sky Farm Glenmore*, Kabupaten Banyuwangi. Metode yang diterapkan dalam penelitian adalah survei dengan pendekatan deskriptif kuantitatif dan deskriptif kualitatif. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling* dan *accidental sampling*. Data diuji melalui uji reliabilitas dan validitas untuk menentukan atribut yang sah serta tingkat keandalannya, kemudian dianalisis dengan menggunakan metode IPA (Importance Performance Analysis) dan analisis kepuasan pelanggan menggunakan CSI (Customer Satisfaction Index). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada analisis kesesuaian antara kinerja dan kepentingan atribut *Green Process* menjadi pertimbangan utama dalam keputusan konsumen termasuk dalam kriteria sangat puas, serta berdasarkan diagram IPA perbaikan atribut *Sky Farm Glenmore* yaitu kesesuaian produk, promosi, keandalan staff, fasilitas, informasi pada media *influencer*, dan dukungan pemerintah. Analisis kepuasan konsumen menghasilkan nilai 88,47%, berarti konsumen merasa sangat puas terhadap penerapan *green marketing mix Sky Farm Glenmore*.

Kata kunci: *Customer Stisfaction Index*, *Importance Performance Analysis*, *Sky Farm Glenmore*

ABSTRACT

Sustainable living is essential to address environmental issues and promote sustainable business practices. Green marketing is one of the efforts to implement a more environmentally friendly business and economic approach. The purpose of this study was to determine the application of the green marketing mix (9P) at Sky Farm Glenmore, Banyuwangi Regency and how the green marketing mix affects customer satisfaction at Sky Farm Glenmore, Banyuwangi Regency. The method used is a survey method with a descriptive quantitative approach. The sampling technique uses accidental sampling method. The data was tested through reliability and validity tests to determine valid attributes and reliability and then analysed using the IPA (Importance Performance Analysis) method and satisfaction analysis using CSI (Customer Satisfaction Index). The results showed that in the analysis of conformity between performance and the importance of Green Process attributes to be the main consideration in consumer decisions included in the criteria very satisfied, and based on the IPA diagram of Sky Farm Glenmore attribute improvements, namely product suitability, promotion, staff reliability, facilities, information on media influencers, and government support. Analysis of customer satisfaction resulted in a value of 88.47%, meaning that consumers are satisfied with the application of Sky Farm Glenmore's green marketing mix.

Keyword: Customer Satisfaction Index, Importance Performance Analysis, Sky Farm Glenmore