

**ANALISIS STRATEGI *GREEN MARKETING MIX* TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN *SKY FARM GLENMORE*  
BANYUWANGI**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Guna Mencapai Derajat  
Sarjana Pertanian



Oleh:

**Nur Hidayatun Ni'mah Alfia Nisa'**

**NIM. 200301014**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

**2025**

**ANALISIS STRATEGI *GREEN MARKETING MIX* TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN *SKY FARM GLENMORE*  
BANYUWANGI**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Guna Mencapai Derajat  
Sarjana Pertanian



Oleh:

**Nur Hidayatun Ni'mah Alfia Nisa'**

**NIM. 200301014**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

**2025**

**SKRIPSI**  
**ANALISIS STRATEGI *GREEN MARKETING MIX* TERHADAP**  
**KEPUASAN KONSUMEN *SKY FARM GLENMORE BANYUWANGI***

**Yang dipersiapkan dan disusun oleh:**

**Nur Hidayatun Ni'mah Alfia Nisa'**

**NIM. 200301014**

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal 27 Februari 2025  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat**

**Susunan Tim Penguji**

**Ketua**



**Imama Nurus Izaati, S.P., M.P.**  
**NIK. 3510074104940008**

**Sekretaris**



**Iid Mufaidah, S.ITP., M.P.**  
**NIK. 3510125902850004**

**Anggota I**



**Fefi Nurdiana Widjayanti, S.P., M.P.**  
**NIP. 197603052005012002**

**Anggota II**



**Anisa Nurina Aulia, S.P., M.Sc.**  
**NIK. 1991030511909884**

**Jember, 27 Februari 2025**  
**Universitas Muhammadiyah Jember**  
**Fakultas Pertanian**  
**Dekan**



**Saptia Prawitasari, S.P., M.P.**  
**NIP. 197305242005012006**



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**  
**FAKULTAS PERTANIAN**  
**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS**

Jl. Karimata No. 49 Jember 68121 Jawa Timur Indonesia  
Kotak Pos 104 Telp. 0331-336728 Fax. 0331-337957

Website : <http://www.unmuhjember.ac.id> E-mail: [kantorpusat@unmuhjember.ac.id](mailto:kantorpusat@unmuhjember.ac.id)

**PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI**

Judul Skripsi: Analisis Strategi Green Marketing Mix Terhadap Kepuasan Konsumen *Sky Farm* Glenmore Banyuwangi

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa di dalam Naskah SKRIPSI ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (Sarjana Pertanian) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jember, 27 Februari 2025  
Mahasiswa



Nur Hidayatun Ni'mah Alfia Nisa'

## KATA PENGANTAR

Dengan penuh rasa syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat, rahmat, dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Strategi *Green Marketing Mix* Terhadap Kepuasan Konsumen *Sky Farm* Glenmore Banyuwangi”. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis apakah strategi *green marketing mix* telah memberikan kepuasan kepada konsumen *Sky Farm* Glenmore. Sholawat dan salam disampaikan kepada Rasulullah SAW, yang selalu menjadi sumber inspirasi dan teladan terbaik bagi umat manusia.

Penulis menyadari bahwa banyak pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan selama proses penyelesaian studi dan tugas akhir ini. Pada kesempatan ini penulis dengan penuh hormat mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya dan mendoakan semoga Allah memberikan balasan terbaik kepada:

1. Dr. Hanafi, M. Pd selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Saptya Prawitasari, S.P., M.P. selaku Dekan Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Fefi Nurdiana Widjayanti, S.P., M.P selaku Ketua Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Jember
4. Imama Nurus Izaati, S.P., M.P. dan Iid Mufaidah, STP., M.P. sebagai dosen pembimbing, yang telah meluangkan waktu, memberikan nasihat, dan arahan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi.
5. Seluruh jajaran Dosen dan Staff Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Jember
6. Segenap pemilik dan karyawan *Sky Farm* Glenmore Banyuwangi yang telah bersedia meluangkan waktunya dan memberikan informasi selama proses kegiatan.
7. Seluruh instansi dan pihak yang telah membantu hingga terselesaikannya penelitian ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Akhir kata penulis menyadari bahwa dalam penyusunan dan penulisan skripsi masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis memohon maaf atas

kesalahan yang dilakukan. Penulis juga mengharapkan kritik dan saran yang membangun.

Peneliti berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak khususnya pembaca. Peneliti juga berharap skripsi ini dapat menjadi referensi untuk pengembangan yang lebih baik di masa mendatang. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan rahmat dan ridha-Nya kepada kita semua. Aamiin.

Jember, 27 Februari 2025

Nur Hidayatun Ni'mah Alfia Nisa'



## PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur penulis haturkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan kesehatan, rahmat, dan hidayah sehingga penulis masih diberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini, sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana. Walaupun jauh dari kesempurnaan, namun penulis bangga telah mencapai titik ini sehingga skripsi ini terselesaikan dengan baik. Kupersembahkan karya sederhana ini kepada:

1. Orang tua yang sangat disayangi dan cintai Alm. Bapak Prawoto dan Ibu Sri Idayati terima kasih atas doa, semangat, motivasi, kasih sayang serta dukungan finansial yang tidak pernah henti hingga saat ini.
2. Kedua kakak saya yang bernama Wahidni Rochman dan Zaidni Rochman yang telah menjadi penyemangat dan motivasi hingga pengerjaan skripsi ini berakhir
3. Adik saya yang bernama Miqdad Haidar Nashrulloh dan Zulfa Ulya Aprilia selalu memberikan doa dan semangat tiada akhir.
4. Saya sendiri yang telah mampu bertahan dan menyelesaikan tugas akhir ini dengan kondisi sesulit apapun.
5. Para sahabat dan teman-teman yang selalu mendukung dan menyemangati hingga tugas akhir ini bisa terselesaikan.
6. Rekan – rekan mahasiswa Agribisnis angkatan 2020 yang senantiasa memberikan semangat dan dukungan kepada penulis selama penyusunan skripsi.
7. Bapak dr. Ananta Naufal dan Ibu dr. Anita Yuni yang telah membantu dan membimbing penulis selaku pemilik Sky Farm Glenmore sekaligus pembimbing lapang penulis.
8. Dan juga semua pihak yang telah memberikan bantuan dalam penyusunan tugas akhir ini, yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

## MOTTO

إِذَا صَدَقَ الْعَزْمُ وَضَعَ السَّبِيلُ

*There is a will there is a way, dimana ada kemauan disitu ada jalan.*

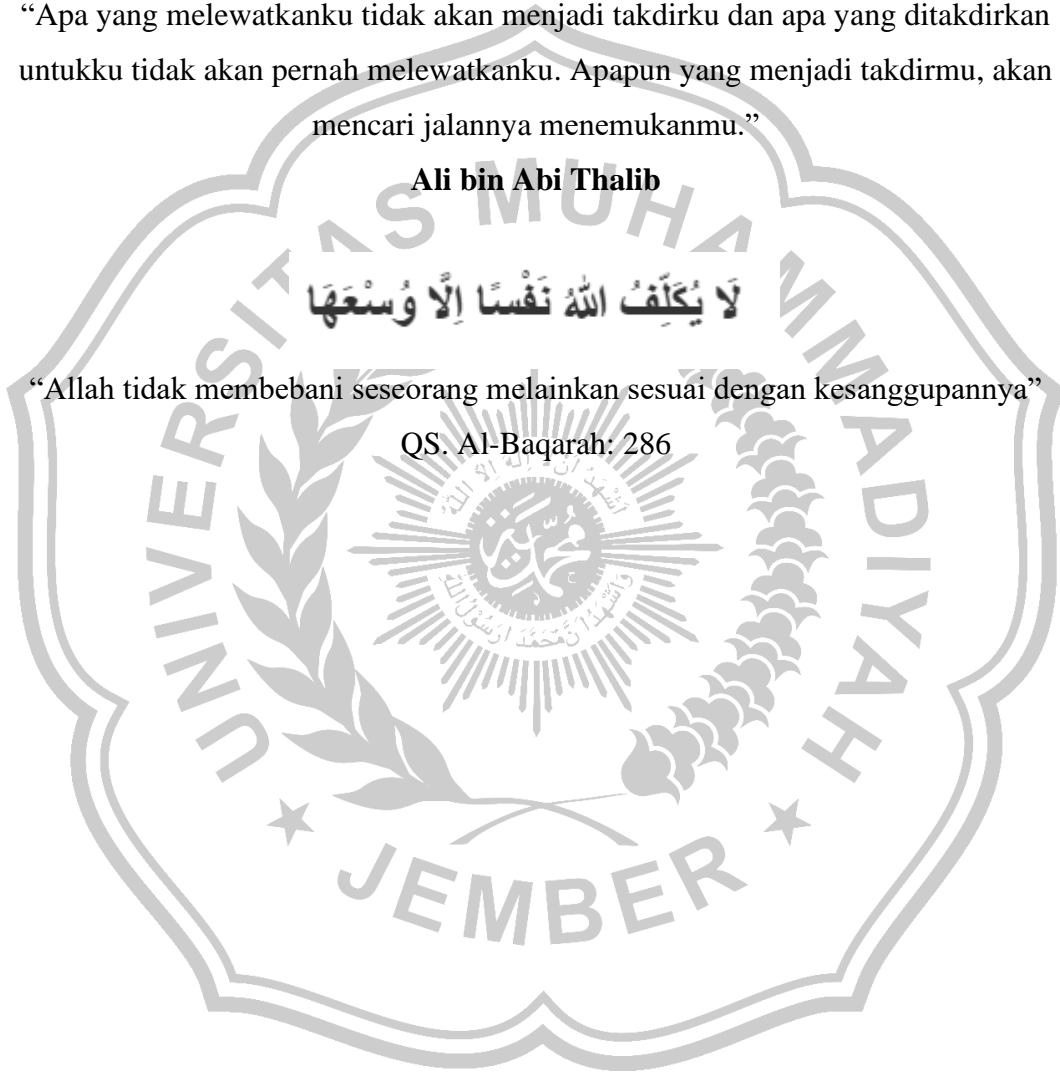
“Apa yang melewatkanmu tidak akan menjadi takdirmu dan apa yang ditakdirkan untukmu tidak akan pernah melewatkanmu. Apapun yang menjadi takdirmu, akan mencari jalannya menemukanmu.”

**Ali bin Abi Thalib**

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

QS. Al-Baqarah: 286





## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>viii</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvi</b>
<b>I. PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	3
1.3. Tujuan Penelitian .....	4
1.4. Manfaat Penelitian .....	4
<b>II. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>5</b>
2.1. Pemasaran .....	5
2.2. <i>Green Marketing</i> .....	6
2.2.1. Manfaat <i>Green Marketing</i> .....	7
2.2.2. Komponen <i>Green marketing</i> .....	8
2.2.3. Tujuan <i>Green Marketing</i> .....	9
2.2.4. Kendala <i>Green Marketing</i> .....	9
2.2.5. Strategi <i>Green Marketing</i> .....	10
2.2.6. <i>Green Marketing Mix 9P</i> .....	12
2.3. <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i> .....	19
2.4. <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i> .....	20
2.5. <i>Sky Farm Glenmore</i> .....	20
2.6. Telaah Penelitian Terdahulu .....	21
<b>III. KERANGKA PEMIKIRAN</b> .....	<b>24</b>
3.1. Kerangka Pemikiran.....	24

<b>IV. METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>27</b>
4.1. Metode Penelitian.....	27
4.2. Penentuan Daerah dan Waktu Penelitian .....	27
4.3. Metode Penentuan Sampel.....	27
4.4. Jenis Data .....	30
4.5. Metode Analisis Data.....	32
4.5.1. Analisis Kualitatif.....	32
4.5.2. Analisis Kuantitatif.....	34
4.5.3. <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i> .....	35
4.5.4. Analisis <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i> .....	37
4.6. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	39
<b>V. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN.....</b>	<b>43</b>
5.1. Gambaran Umum <i>Sky Farm</i> Glenmore Banyuwangi .....	43
5.1.1. Sejarah <i>Sky Farm</i> Glenmore.....	44
5.1.2. Visi, Misi, dan Motto.....	45
5.1.3. Struktur Organisasi.....	46
<b>VI. HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>50</b>
6.1. Karakteristik Responden Konsumen <i>Sky Farm</i> Glenmore, Banyuwangi	50
6.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
6.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	51
6.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	52
6.1.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	52
6.1.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Penghasilan.....	53
6.2. Analisis Tingkat Kinerja dan Kepentingan Konsumen.....	54
6.2.1. Analisis Kesenjangan .....	54
6.2.2. Analisis Tingkat Kesesuaian .....	62
6.2.3. Pemetaan <i>Importence</i> dan <i>Performance</i> melalui Matriks .....	64
6.3. Analisis Kepuasan Konsumen.....	77
6.3.1. <i>Customer Satisfaction Indeks (CSI)</i> .....	77
6.4. Bauran Pemasaran di <i>Sky Farm</i> Glenmore .....	80
6.4.1. <i>Green Product</i> .....	81
6.4.2. <i>Green Price</i> .....	82
6.4.3. <i>Green Place</i> .....	84
6.4.4. <i>Green Promotion</i> .....	85
6.4.5. <i>Green People</i> .....	86

6.4.6. <i>Green Process</i> .....	87
6.4.7. <i>Green Physical Evidience</i> .....	88
6.4.8. <i>Green Public Relation</i> .....	89
6.4.9. <i>Green Partnership</i> .....	90
6.5. Implikasi Manajerial .....	91
<b>VII. PENUTUP</b> .....	<b>95</b>
7.1. Kesimpulan .....	95
7.2. Saran.....	95
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>97</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>102</b>



## DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
4.1	Skala Likert .....	34
4.2	Kriteria Kepuasan Konsumen .....	39
6.1	Karakteristik Responden Karakteristik Responden <i>Sky Farm</i> Glenmore Berdasarkan Jenis Kelamin Tahun 2024.....	50
6.2	Karakteristik Responden Karakteristik Responden <i>Sky Farm</i> Glenmore Berdasarkan Usia Tahun 2024.....	51
6.3	Karakteristik Responden Karakteristik Responden <i>Sky Farm</i> Glenmore Berdasarkan Pekerjaan Tahun 2024.....	52
6.4	Karakteristik Responden Karakteristik Responden <i>Sky Farm</i> Glenmore Berdasarkan Pendidikan Tahun 2024.....	53
6.5	Karakteristik Responden Karakteristik Responden <i>Sky Farm</i> Glenmore Berdasarkan Tingkat Penghasilan Tahun 2024.....	53
6.6	Kepentingan Konsumen dan Kinerja <i>Sky Farm</i> Glenmore dalam Variabel <i>Green Product</i> Tahun 2024.....	55
6.7	Harapan dan Kinerja <i>Sky Farm</i> Glenmore dalam Variabel <i>Green Price</i> Tahun 2024.....	56
6.8	Harapan dan Kinerja <i>Sky Farm</i> Glenmore dalam Variabel <i>Green Place</i> Tahun 2024 .....	56
6.9	Harapan dan Kinerja <i>Sky Farm</i> Glenmore dalam Variabel <i>Green Promotion</i> Tahun 2024 .....	57
6.10	Harapan dan Kinerja <i>Sky Farm</i> Glenmore dalam Variabel <i>Green People</i> Tahun 2024 .....	58
6.11	Harapan dan Kinerja <i>Sky Farm</i> Glenmore dalam Variabel <i>Green Process</i> Tahun 2024.....	59
6.12	Harapan dan Kinerja <i>Sky Farm</i> Glenmore dalam Variabel <i>Green Physical Evidence</i> Tahun 2024 .....	59
6.13	Harapan dan Kinerja <i>Sky Farm</i> Glenmore dalam Variabel <i>Green Public Relation</i> Tahun 2024 .....	61
6.14	Harapan dan Kinerja <i>Sky Farm</i> Glenmore dalam Variabel <i>Green Partnership</i> Tahun 2024 .....	61
6.15	Tingkat Kesesuaian Kinerja <i>Sky Farm</i> Glenmore dan Harapan Konsumen Tahun 2024.....	62
6.16	Pehitungan Customer Satisfaction Index (CSI) Tahun 2024 .....	78



## DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
3. 1	Diagram Alur Kerangka Pemikiran .....	26
4. 1	Kuadran Analisis IPA .....	36
5. 1	Struktur PT. Daur Bumi Abadi .....	46



## DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1.	Peta Daerah Penelitian.....	102
2.	Kuisisioner Penelitian .....	103
3.	Hasil Uji Validitas Tingkat Kepentingan terhadap Bauran Pemasaran Hijau 9P <i>Sky Farm Glenmore</i> .....	109
4.	Hasil Uji Validitas Tingkat Kinerja Bauran Pemasaran Hijau 9P <i>Sky Farm Glenmore</i> .....	113
5.	Hasil Uji Reabilitas Tingkat Kinerja dan Tingkat Kepentingan Konsumen <i>Sky Farm Glenmore</i> .....	115
6.	Tingkat kesesuaian kinerja <i>Sky Farm Glenmore</i> dan Harapan Konsumen.....	116
7.	Dokumentasi Kegiatan.....	118

