

**IMPLEMENTASI *GREEN MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN PADA GIANT EXPRESS JEMBER**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana
Manajemen**



Oleh :

ELLYN

161.0411.231

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER

2020

SKIRPSI

**IMPLEMENTASI *GREEN MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN PADA GIANT EXPRESS JEMBER**

Oleh :

ELLYN


NIM. 161.0411.231

Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama : Drs. Akhmad Suharto, MP.



Dosen Pembimbing Pendamping : Pawestri Winahyu, S.Psi. MM.



PENGESAHAN

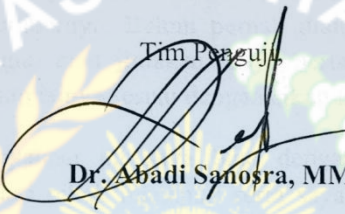
Skripsi berjudul; **IMPLEMENTASI GREEN MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA GIANT EXPRES JEMBER**, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Hari : Kamis

Tanggal : 2 Juli 2020


Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,


Dr. Abadi Sanosra, MM

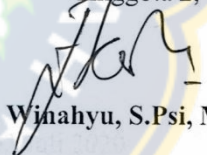
NPK: 05 09 478

Anggota 1,


Drs. Akhmad Suharto, MP

NPK: 89 06 242


Anggota 2,


Pawestri Wihahyu, S.Psi, MM

NPK: 19820526.1.1703.800

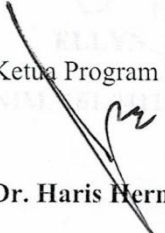
Mengesahkan,

Dekan,


Maheni Ika Sari, SE, MM

NIP. 197708112005012001

Ketua Program Studi,


Dr. Haris Hermawan, SE, MM

NPK: 15 03 643

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : ELLYN

NIM : 161.0411.231

Prodi : Ekonomi Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : **IMPLEMENTASI GREEN MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA GIANT EXPRES JEMBER**; adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut di muka hukum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak- pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 02 Juli 2020

Yang menyatakan,


ELLYN



NIM. 161.0411.231

Motto

Saya ini pendidikan islam yang kuat sekali, di depan saya belajar itu tidak ada masjid itu daerah katolik. Ada kalanya saya dalam keadaan yang benar benar sedih, kedinginan dalam keadaan itu kalau saya merindukan orang tua, saya masuk gereja. Di tempat gereja saya bilang “Tuhan gedung ini dibuat oleh manusia yang cinta pada-Mu, saya juga cinta pada-Mu Tuhan, dan saya yakin hanya ada satu Tuhan Yang Maha Esa. Perkenalkanlah saya masuk berdoa untuk-Mu dan kedua orang tua saya.”

-BJ HABIBIE-

“Dream, Believe and make it happen.”

-Agnemo-

“Tidak ada perjuangan yang mudah, dan juga tidak ada kehidupan yang mudah. Bahkan untuk sesuatu yang instan pun perlu perjuangan. Contoh kecil saat kita hendak membuat mie instan, kita perlu merebus air dahulu, menyiapkan bumbu serta wadah untuk akhirnya bisa dinikmati.”

-PENULIS-

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat kesehatan, pemahaman, dan kasihNya sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan jadwal yang telah direncanakan. Dalam kesempatan ini saya ucapkan banyak- banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini diantaranya :

1. Terima kasih kepada Allah SWT yang telah memberikan hidayah dan karunia-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
2. Terima kasih yang tiada tara kepada kedua orang tua saya **Ibu Rini** dan **Bapak Hariyanto** yang selalu menemani, memahami, membimbing, mensupport, menasehati, tidak peduli bagaimanapun keadaannya dan yang selalu mendoakan saya setiap detik waktu yang mereka lalui disetiap hembus nafasnya.
3. Terima kasih kepada **Kakek saya Kasiyan** dan **Nenek saya Ngatiyah (Alm)** yang selalu mendoakan saya.
4. Terima kasih kepada saudara- saudara saya
5. Terima kasih kepada **Bapak Dr. Akhmad Suharto** dan **Ibu Pawestri Winahyu, S.Psi, MM** yang telah membimbing dan mempermudah dalam penyusunan skripsi saya.
6. Terima kasih kepada sahabat dan teman- teman seperjuang **Majajemen F 2016**
7. Terima kasih juga kepada teman- teman **Kelompok KKN 17** Desa Gumuksari Kabupaten Jember.
8. Terima kasih kepada almamater tercinta **Universitas Mumahammadiyah Jember.**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menguji implementasi *green marketing* terhadap keputusan pembelian konsumen pada Giant Express Jember. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif pendekatan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah para konsumen yang pernah berbelanja dan yang sedang berbelanja di Giant Express Jember. Cara pengambilan sampel dilakukan dengan cara sistem random sampling. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah melalui wawancara dan penyebaran kuisioner. Metode yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, variabel promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, dan variabel tempat berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Kata kunci : produk, harga, promosi, tempat, dan keputusan pembelian konsumen.

ABSTRACT

This study was to analyze and test the implementation of green marketing on consumer purchasing decisions on Giant Express Jember. This research use a descriptive quantitative approach. The sampel in this study were consumers who had shopped and were shopping at Giant Express Jember. The sampling method is carried out by means of a random sampling system. The data collection techniques use were through interview and questionnaires. The method used is multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that product variables do not significantly influence consumer purchasing decisions, price variables have a significant effect on consumer purchasing decisions, promotion variables have no significant effect on consumer purchasing decisions, and place variables have a significant effect on consumer purchasing decisions.

Keyword : product, price, promotion, place and consumer purchasing decisions.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan ke hadirat Allah SWT, berkat rahmat dan karunia-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **IMPLEMENTASI GREEN MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA GIANT EXPRES JEMBER**. Tujuan penulisan skripsi ini adalah sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada program sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember.

Sehubungan dengan itu penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar- besarnya kepada :

1. Bapak Rektor Universitas Muhammadiyah Jember **Dr. Hanafi, S.pd.**
2. Ibu **Maheni Ika Sari, SE, MM** selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Bapak **Dr. Haris Hermawan, SE., MM** selaku ketua program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Bapak **Dr. Akhmad Suharto** Ibu **Pawestri Winahyu, S.Psi, MM** dan Bapak **Dr. Abadi Sanosra, MM** selaku dosen pembimbing dan penguji yang telah berkenan meluangkan waktu dan memberikan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Muhammadiyah Jember
6. Bapak Yopi dan Bapak Fendi selaku Store Manager dan staf pada Giant Expres Jember yang sudah membantu dan mengizinkan saya melakukan penelitian pada Giant Expres Jember.

Penulis mohon maaf atas segala kesalahan yang pernah dilakukan baik secara sengaja maupun tidak sengaja. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat untuk mendorong penelitian- penelitian selanjutnya.

Jember, 02 Juli 2020

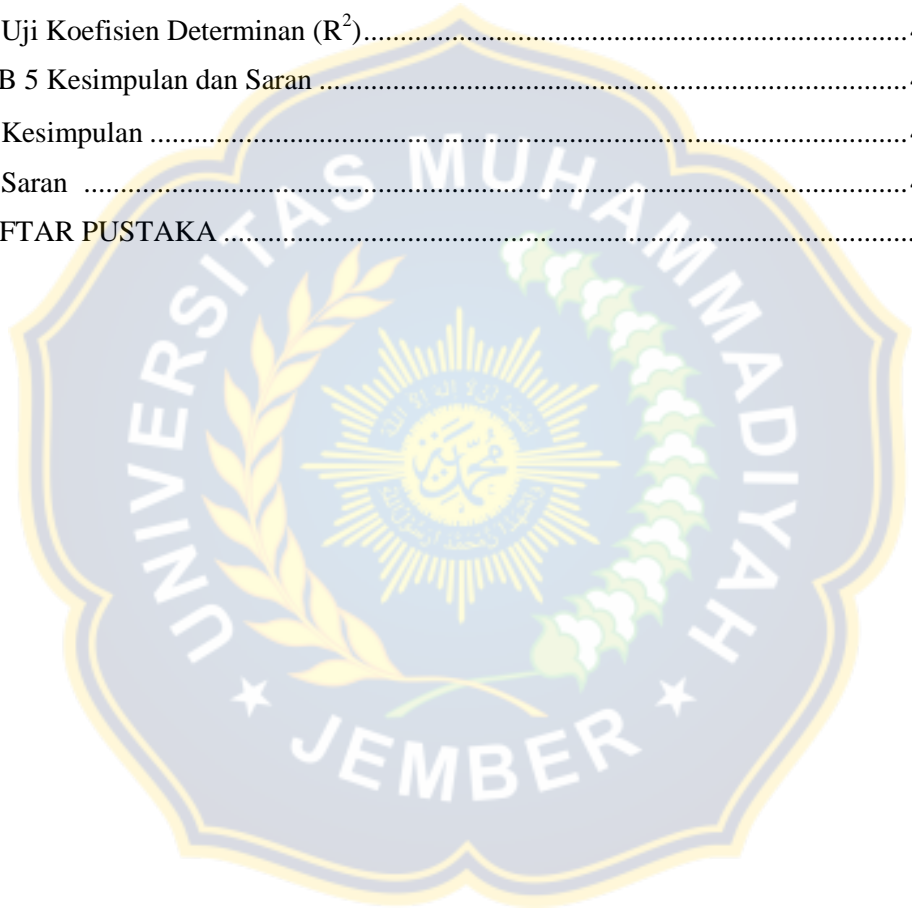
ELLYN

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN PENULIS	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN SKRIPSI	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian dan Kegunaan Penelitian.....	4
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Tinjauan Teori	6
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	6
2.1.2 Pengertian Marketing Mix (Bauran Pemasaran)	6
2.1.3 Pengertian Green Marketing (Pemasaran Hijau).....	7
2.1.4 Unsur Unsur Bauran Green Marketing (Pemasaran Hijau).....	8
2.1.5 Keputusan Pembelian.....	12
2.2 Penelitian Terdahulu	13
2.3 Kerangka Konseptual	17
2.4 Hipotesis Penelitian.....	18
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	20
3.1 Identifikasi Variabel.....	20

3.2	Definisi Operasional Variabel.....	20
3.2.1	Variabel Bebas (Independen)	20
3.2.2	Variabel Terikat (Dependen).....	22
3.3	Desain Penelitian.....	22
3.4	Jenis Data	22
3.5	Teknik Pengambilan Sampel.....	23
3.6	Teknik Pengumpulan Data	24
3.7	Teknik Pengukuran Data.....	25
3.8	Teknik Analisis Data.....	26
3.8.1	Analisis Deskriptif Kuantitatif	26
3.8.2	Uji Validitas	26
3.8.3	Uji Reliabilitas.....	26
3.8.4	Uji Asumsi Klasik	27
3.8.4.1	Uji Normalitas	27
3.8.4.2	Uji Multikolinieritas	27
3.8.4.3	Uji Heteroskedastisitas	28
3.8.5	Analisis Regresi Liner Berganda.....	28
3.8.6	Uji Hipotesis.....	28
3.8.6.1	Uji T Parsial	29
3.8.6.2	Koefisien Determinan (R^2).....	29
BAB 4	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	30
4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	30
4.1.1	Sejarah Singkat Giant Express Jember.....	30
4.1.2	Visi, Misi Giant Express Jember.....	30
4.1.3	Struktur Organisasi Giant Express Jember.....	31
4.1.3.1	Job Deskriptor	31
4.2	Statistik Deskriptif	32
4.2.1	Deskriptif Karakteristik Responden	32
4.2.2	Deskriptif Variabel Penelitian	34
4.3	Teknik Analisis Data.....	39
4.3.1	Uji Validitas	39

4.3.2 Uji Reliabilitas	40
4.3.3 Uji Normalitas	41
4.3.4 Uji Multikolinieritas	42
4.3.5 Uji Heteroskedastisitas	42
4.3.6 Uji Regresi Linier Berganda	43
4.4 Uji Hipotesis.....	45
4.5 Uji Koefisien Determinan (R^2).....	46
BAB 5 Kesimpulan dan Saran	49
5.1 Kesimpulan	49
5.2 Saran	49
DAFTAR PUSTAKA	

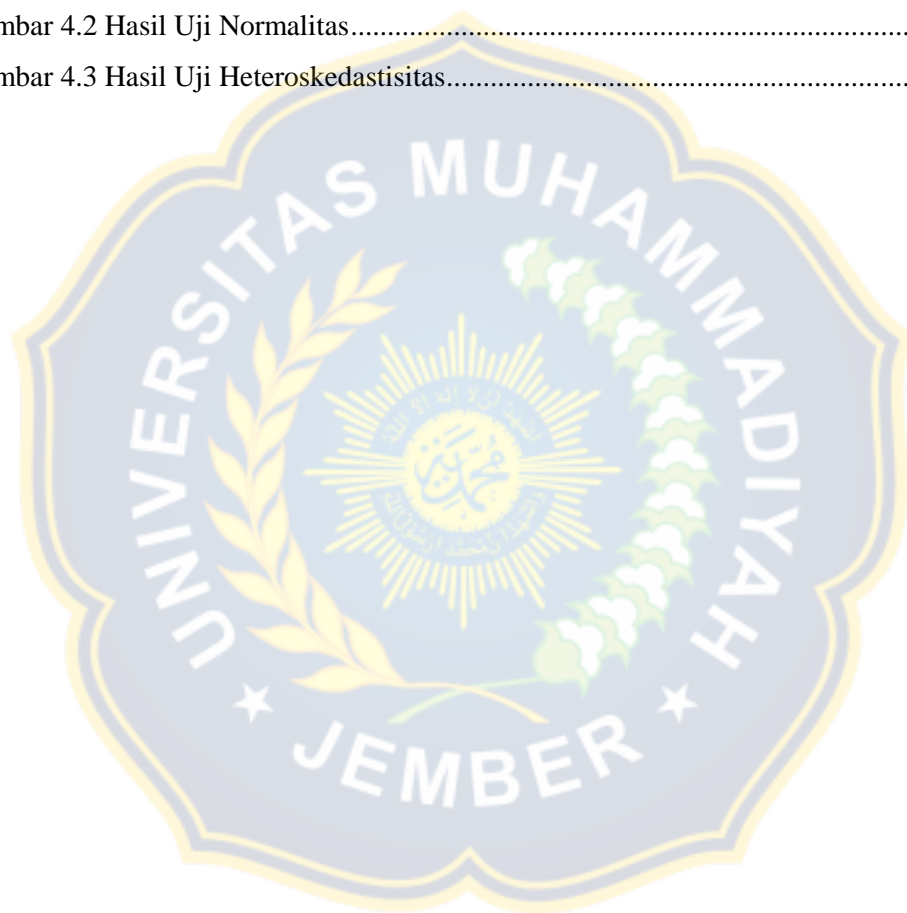


DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pendapatan Bersih Giant Tahun 2016 sampai 2018	3
Tabel 1.2 Top Brand Index 2019 Kategori Ritel Supermarket	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3.1 Data Pengunjung Giant Express Jember 2019	23
Tabel 3.2 Skala linkert	25
Tabel 4.1 Umur Responden.....	32
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden	33
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden	33
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Green Marketing Produk</i>	34
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Green Marketing Harga</i>	35
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Green Marketing Promosi</i>	36
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Green Marketing Tempat</i>	37
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian Konsumen	38
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas.....	40
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	41
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinieritas.....	42
Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	43
Tabel 4.13 Hasil Uji T.....	45
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinan (R^2)	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Sembilan Strategi Harga Mutu	10
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	17
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	31
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas.....	41
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	43



LAMPIRAN

Lampiran Kuisisioner	53
Lampiran 1 Rekapitulasi Data Jawaban Responden	57
Lampiran 2 Hasil Uji Validitas	59
Lampiran 3 Hasil Uji Reliabilitas.....	62
Lampiran 4 Hasil Uji Normalitas	63
Lampiran 5 Hasil Uji Multikolinieritas	64
Lampiran 6 Hasil Uji Heteroskedastisitas	65
Lampiran 7 Hasil Uji T Parsial	66
Lampiran 8 Hasil Uji Koefisien Determinan (R^2).....	67
Lampiran Dokumentasi.....	68

