

**PENGARUH *GREEN PRODUCT* DAN *GREEN MARKETING* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SUSU UHT ULTRA MILK
(Studi Pada Konsumen Toserba Gunasalma Kawali)**

ARTIKEL

**Disusun untuk memenuhi salah satu syarat ujian
guna memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen**

Oleh,

**FINA ISPANI NURSI
3402170018**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS GALUH
2022**

**PENGARUH *GREEN PRODUCT* DAN *GREEN MARKETING* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SUSU UHT ULTRA MILK
(Studi Pada Konsumen Toserba Gunasalma Kawali)**

Fina Ispani Nursi

Fakultas Ekonomi Univeritas Galuh

Finaispani51@gmail.com

ABSTRAK

Fina Ispani Nursi, NIM.3402180014. “Pengaruh *Green Product* Dan *Green Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Susu UHT Ultra Milk (Studi Pada Konsumen Toserba Gunasalma Kawali)”. Dibawah bimbingan Dr. Hj. Aini Kusniawati, M.M. (Pembimbing I), dan Faizal Haris Eko Prabowo, S.E., M.M. (Pembimbing II).

Keputusan konsumen yang dilakukan dalam perdagangan adalah keputusan seseorang untuk membeli produk yang dijual ditoko tersebut atau tidak. Namun demikian berdasarkan hasil observasi awal permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini beberapa konsumen beberapa faktor hambatan konsumen dalam memilih dan melakukan pembelian susu UHT Ultramilk di Toserba Gunasalma seperti harga yang tinggi dari pada produk teh berkemasan lain, ketersediaan produk yang sedikit dan kurangnya informasi serta komunikasi positif dalam lingkungan. Hal tersebut diperkuat rekapitulasi penjualan susu UHT Ultramilk di Toserba Gunasalma pada bulan Januari-Desember 2021 yang fluktuatif. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini meliputi: bagaimana pengaruh *green product* terhadap keputusan pembelian Susu UHT UltraMilk di Toserba Gunasalma Kawali; bagaimana pengaruh *green marketing* terhadap keputusan pembelian Susu UHT UltraMilk di Toserba Gunasalma Kawali; bagaimana pengaruh *green product* dan *green marketing* terhadap keputusan pembelian Susu UHT UltraMilk di Toserba Gunasalma Kawali. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Green Product* dan *Green Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Susu UHT Ultra Milk Toserba Gunasalma Kawali. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dengan pendekatan kuantitatif deskriptif. Sedangkan untuk menganalisis data yang diperoleh digunakan Analisis Regresi Linier Berganda, Analisis Koefisien Korelasi Sederhana, Analisis Koefisien Determinasi, dan Uji Hipotesis menggunakan Uji F. Dengan uji statistik regresi linier berganda memperoleh hasil $Y = 17,239 + 0,191X_1 + 0,364 X_2$. Kemudian untuk analisis koefisien korelasi berganda diperoleh angka sebesar 0,633 dimana berdasarkan pedoman interpretasi koefisien korelasi termasuk ke dalam hubungan yang kuat antara *Green Product* dan *Green Marketing* terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil koefisien determinasi diperoleh angka sebesar 40,1% dan sisanya 59,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak penulis teliti. Dan yang terakhir berdasarkan uji f_{hitung} diperoleh 54,681 dan f_{tabel} diperoleh 2,37 dimana hal tersebut menunjukkan bahwa $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($54,681 > 2,37$) maka hipotesis diterima, artinya terdapat pengaruh secara simultan pada *Green Product* dan *Green Marketing* terhadap keputusan pembelian. Diharapkan Toserba Gunasalma Kawali dapat memperhatikan *green product* dan meningkatkan *green marketing* sehingga akan berpengaruh terhadap meningkatnya jumlah pembeli.

Kata Kunci : *Green Product*, *Green Marketing*, dan Keputusan Pembelian

DAFTAR PUSTAKA

- Abzari, M., Safari Shad, F., Sharbiyani, A. A. A., & Morad, A. P. (2013). *Studying the effect of green marketing mix on market share increase*. *Advances in Environmental Biology*, 7(10), 2981–2991.
- Aggraeni, Pratiwi, dkk. 2017. *Analnsisi SWOT Pada UMKM Keripik Tempe Amel Malang Dalam Rangka Meningkatkan Daya Saing Perusahaan*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, vol. 43 No.1 Februari.
- Agus, Susanto. 2013. *Pengaruh Promosi, Harga dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Batik Tulis Karangmlati*. Universitas Negeri Semarang
- Agustina Shinta, 2011, *Manajemen Pemasaran*, Malang: Universitas Brawijaya Press (UB Press)
- Aisyah Rizki Al Lathifah dan Dominica A.Widyastuti, 2018. *Pengaruh Green Product terhadap Minat Pembelian Ulang*. *Journal of Entrepreneurship, Management, and Industry (JEMI)*. Vol. 1, No. 01.
- Alma, Buchari. 2015. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Angeline, M. E. (2015). *Hubungan Green Marketing terhadap Pilihan Konsumen*. Manado: Universitas Sam Ratulangi.
- Ari Setyaningrum, Jusuf Udaya, dan Efendi, 2015. *Prinsip-Prinsip Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Arif, Iman Setiadi. (2016). *Psikologi Positif: Pendekatan saintifik menuju kebahagiaan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Arseculeratne, Dinuk and Rashad Yazdanifard. 2014. *How Green Marketing Can Create a Sustainable Competitive Advantage for a Business*. *International Business Research*. 7: 130-137.
- Assauri,Sofjan. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.460 Hal
- Balawera, Asrianto. (2013). *Green Marketing dan Corporate Responsibility Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Minat Membeli Produk Organik di Freshmart Kota Manado*. *Jurnal EMBA*, Volume 1, Nomor 4, hal. 2117-2129.
- Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Rajawali Pers, Jakarta, 2011.
- Choudhary, Aparna & Samir Gokarn. 2013. *Green marketing: A means for sustainable development*. *Journal of Arts, Science & Commerce*.Volume IV Issue 3(3), 26-32.
- D'Souza, Clare, et. al. (2006). *Green Product And Corporate Strategy: An Empirical Investigation, Society And Business Review*. *Emerald Journal*, Vol.1, No.2, Hal. 144-157.
- Dayana, Anggi Setiani. (2019). *Mengenal Jenis Sampah Yang Perlu Waktu Lama Hancur*. Diakses dari <https://tirto.id/mengenal-jenissampah-yang-perlu-waktu-lama-untuk-hancurejFk>
- Deliyanti. Oentoro. 2012. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: LaksBang. PRESSindo
- Donni JuniPriansa. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung: CV Pustaka Setia
- D'Souza, Clare et.,al. 2006. *Green Products And Corporate Strategy : An. Empirical Investigation*. *Society and Business Review*. Vol. 1, No. 2. hal. 144-157
- Grant, J. (2007). *The Green Marketing Manifesto*. John Wiley & Sons, Ltd., West Sussex, England. *Journal of Business Ethics*.Vol. 29.

- Hasibuan, Malayu S.P. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi Revisi*. Jakarta: Bumi Aksara
- Hasibuan, Malayu S.P. 2017. *Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi Revisi*. Jakarta: Bumi Aksara
- Hawkins, Del I., Mothersbaugh, David L. 2010. *Consumer Behavior Building Marketing Strategy*. 11th Edition. Mc Graw-Hill
- Kasali, Rhenald. 2005. *Sembilan Fenomena Bisnis*. Manajemen Study Society MSS, FEUI Official Site.
- Kotler dan Gary Armstrong. 2016. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Kesembilan. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, K.L. 2012. *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- Lily Suhaily, Syarief Darmoyo dan Sinta Boentoro, 2018. *Effect of Green Product, Price Perception and Green Advertising to Purchase Decision which Mediated by Attitude on Green Products*. International Journal in Management and Social Science : Volume 6 Issue 06. ISSN: 2321-17
- M. Iqbal Hasan, 2002. *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Penerbit Ghalia Indonesia : Jakarta
- Naim, Muh. Rezky dan Asma. 2019. *Pengantar Manajemen*. Pasuruan: Cv Penerbit Qiara Media
- Nasrun, Kurniawan, E. & Sari, Inggit. (2015). *Pengolahan limbah kantong plastik jenis kresek menjadi bahan bakar menggunakan proses pirolisis*. Jurnal Energi Elektrik, Vol 4, No.1
- Novia Astri Leonora. (2018). *Bagaimana Consumer Perception Dan Consumer Attitude Mempengaruhi Motivasi Pembelian Green Product (Kajian Perilaku Konsumen Dari Berbagai Budaya Dan Negara)*. Kompetensi, Volume 12, No 1
- Nurhayat. (2018). *Sampah Plastik Mengkhawatirkan*. Diakses dari www.indopos.co.id.
- Octaviani. 2011. *Pengaruh Strategi Green Marketing Terhadap Pelanggan The Body Shop Di Kalangan Mahasiswa*. Ilmu Administrasi. Universitas Indonesia, Jakarta
- Ottman, Jacquelyn A. 2011. *The New Rules Of Green Marketing Strategies, Tools And Inspiration For Sustainable Branding*. United Kingdom: Greenleaf Publishing. Diakses: 20/11/2020
- Prasetyo, Bambang dan Jannah, Lina Miftahul. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif*, Rajawali Pers: Jakarta
- Priansa, Donni Juni dan Garnida, Agus. 2013. *Manajemen Perkantoran*. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Rath, Ramesh Chandra 2013. *An impact of Green marketing on practices of supply chain management in Asia Emerging Economic opportunities and challenges International journal of supply chain management*
- Ramanakumar, K.P.V., Manojkrishnan, C.G, & Suma, S. R. 2012. *Consumer Attitude Towards Green Products of FMCG Sector: An Empirical Study*. International Journal of Research In Commerce & Management, Vol 3 (2), 34-38
- Ridwan dan Sunarto, 2011. *Pengantar Statistika Untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi, Komunikasi dan Bisnis*. Alfabeta, Bandung. Hal 24 – 25
- Riska, Septifani 2010. *Pengaruh Green Marketing, Pengetahuan dan Minat Membeli Terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal manajemen teknologi. Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian., Diakses: 02/12/2021
- Rivai, Veithzal. 2011, *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan: dari Teori ke Praktik*. Jakarta : Raja Grafindo Persada
- Sarinah, & Mardalena. (2017). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Deepublish.

Septifani, R., Achmadi, F., & Santoso, I. (2014). *Pengaruh Green Marketing, Pengetahuan Dan Minat Membeli Terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Manajemen Teknologi.

Setiadi, Iman A. 2016. *Psikologi Positif: Pendekatan saintifik menuju kebahagiaan*. Jakarta:

PT Gramedia Pustaka Utama

Shabani, Nazain, Mahboobeh Ashoori, Mohammad Tanghinejad, Hamed Beyrami, Marjan Noor Fekri. 2013. *The Study of Green Consumers Characteristics and Available Green Sectors in te Market*. International Research Journal of Applied and Basic Sciences, Vol. 4, pp. 1880-1883

Shaputra, Rizky Kharismawan. 2013. *Penerapan Green Marketing pada Bisnis Produk Kosmetik*. Jurnal JIBEKA. 7(3): 47-53.

Sharma, Satish C. (2012). *Green Marketing: A Gimmick Or The Real Deal?*. International Journal of Research in Finance and Marketing. Vol. 2, No.2, Februari 2012.

Solihin, Ismail. 2009. *Corporate Social Responsibility from Charity to Sustainability*. Jakarta. Salemba Empat

Sugiyono. 2019. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta.

Sugiyono 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabeta.

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.

Sumarwan, Ujang, A.G, Prihartono, A.W Sumarlin, D.A. Mamahit, E. Purnomo Hadi, J. Hasan, M. Ahmady, R. Wulandari, T. Haryono. 2012. *Riset Pemasaran dan Konsumen, Seri 2*. Bogor: PT Penerbit IPB Press

Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen*. Edisi Kedua. Bogor: Ghalia Indonesia

Susanto, Agus 2018. *Pengaruh Promosi, Harga dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Batik Tulis Karangmlati*. Universitas Negeri Semarang

Top Brand Award, Maret 2021 www.ultrajaya.co.id/.

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/07/05/daftar-produk-susu-terfavorit-di-indonesia-siapa-juaranya>

<https://massugiyantojambi.wordpress.com/2011/04/15/teori-motivasi/>

https://www.topbrand-award.com/en/top-brand-index-int/?tbi_find=SUSU