

**PENGARUH *GREEN MARKETING MIX* TERHADAP *PURCHASE INTENTION*
PADA KONSUMEN KFC LAWU PLAZA MADIUN**



SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi syarat – syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo**

**Nama : Zahra Ayudia Pramisti
NIM : 18414821
Program Studi : Manajemen**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2022

**PENGARUH *GREEN MARKETING MIX* TERHADAP *PURCHASE INTENTION*
PADA KONSUMEN KFC LAWU PLAZA MADIUN**



SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi syarat – syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo**

**Nama : Zahra Ayudia Pramisti
NIM : 18414821
Program Studi : Manajemen**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2022

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *Green Marketing Mix* terhadap *Purchase Intention*
Pada Konsumen KFC Lawu Plaza Madiun

Nama : Zahra Ayudia Pramisti

NIM : 18414821

Tempat, Tanggal Lahir : Madiun, 11 Maret 2000

Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat
untuk menyusun skripsi pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 27 Juli 2022

Pembimbing I


Naning Kristiyana, SE., MM
NIDN. 0721117501

Pembimbing II


Wahna Widhianingrum, SP., MM
NIDN. 0707118602

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi



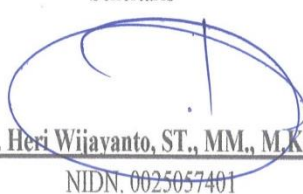
Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si
NIP. 19760508 200501 1 002

Dosen Penguji :


Ketua


Naning Kristiyana, SE., MM
NIDN. 0721117501

Sekretaris


Dr. Hesi Wijayanto, ST., MM., M.Kom
NIDN. 0025057401

Anggota


Adi Santoso, SE., MM
NIDN. 0025057401

RINGKASAN

PENGARUH *GREEN MARKETING MIX* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA KONSUMEN KFC LAWU PLAZA MADIUN

Zahra Ayudia Pramisti

Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Green Marketing Mix* Terhadap *Purchase Intention* Pada Konsumen KFC Lawu Plaza Madiun. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Teknik *sampling* dalam penelitian ini menggunakan *accidental sampling*. Data yang digunakan adalah data primer serta pengumpulan data melalui kuisisioner yang disebar terhadap subjek penelitian sebanyak 100 konsumen KFC Lawu Plaza Madiun. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) *green product* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*, (2) *green price* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*, (3) *green place* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*, serta (4) *green promotion* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*.

Kata Kunci : *Green Product, Green Price, Green Place, Green Promotion, Green Purchase Intention*

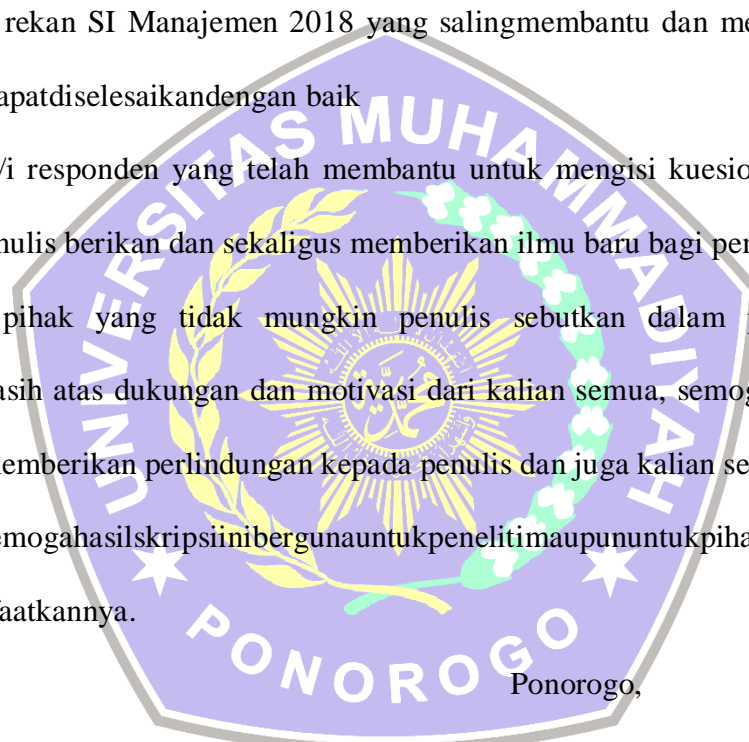
KATA PENGANTAR

Rasa syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga dapat terselesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh *Green Marketing Mix* terhadap *Purchase Intention* Pada Konsumen KFC Lawu Plaza Madiun” sebagai salah satu syarat akademis dalam rangka menyelesaikan program sarjana di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga, dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Happy Susanto, M.A selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas yang mendukung selama saya menempuh pendidikan di Universitas Muhammadiyah Ponorogo
2. Bapak Hadi Sumarsono, SE., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas yang mendukung selama saya menempuh pendidikan di Universitas Muhammadiyah Ponorogo
3. Ibu Naning Kristiyana, SE.MM selaku Ketua Program Studi S-1 Manajemen dan Dosen Pembimbing yang telah membimbing, memberikan semangat, saran, masukan, motivasi guna menyelesaikan skripsi ini
4. Ibu Wahna Widhianingrum, S.P, MM selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing, memberikan semangat, saran, masukan, motivasi guna menyelesaikan skripsi ini

5. Kedua orang tua dan kakak tercinta tercinta Bapak Misno (Alm) Ibu Sulistijanidan kakak Septarinda Pramisti yang selalu memberi doa, memberi semangat dan motivasi, memberi kasih sayang dan kesabarannya untuk penulis berjuang menyelesaikan tugas skripsi ini.
 6. Orang spesial bagi penulis, Laksono Seftian BayuAji yang dengan penuh kasih sayang selalu meluangkan waku dan pikirannya serta menjadi sumber inspirasi dan motivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini
 7. Seluruh rekan SI Manajemen 2018 yang salingmembantu dan mendoakan agar skripsidapatdiselesaikandengan baik
 8. Saudara/i responden yang telah membantu untuk mengisi kuesioner penelitian yang penulis berikan dan sekaligus memberikan ilmu baru bagi penulis
 9. Semua pihak yang tidak mungkin penulis sebutkan dalam penulisan ini, terimakasih atas dukungan dan motivasi dari kalian semua, semoga Allah SWT selalu memberikan perlindungan kepada penulis dan juga kalian semua
- Semogahasilskripsiinibergunauntukpeneliti maupun untuk pihak yang mememanfaatkannya.



Ponorogo,
Zahra Ayudia Pramisti

PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR

KODE ETIK PENULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI) dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis disuatu institusi pendidikan dan sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 27 Juli 2022



Zahra Ayudia Pramisti

NIM. 18414821

MOTTO

“Sesudah kesulitan pasti ada kemudahan”



DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
RINGKASAN.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENULISAN	v
MOTTO	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	11
1. Tujuan penelitian.....	11
2. Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
A. Landasan Teori.....	12
1. Pengertian Pemasaran	12
2. Bauran Pemasaran.....	13
3. <i>Green Marketing</i>	15
4. <i>Green Marketing Mix</i>	16
5. <i>Green Product</i>	17
6. <i>Green Price</i>	19
7. <i>Green Place</i>	20
8. <i>Green Promotion</i>	22
9. <i>Purchase Intention</i>	23
10. Perilaku Konsumen.....	25
B. Penelitian Terdahulu	32
C. Kerangka Pemikiran.....	34
D. Hipotesis	35

BAB III METODE PENELITIAN.....	39
A. Ruang Lingkup Penelitian	39
B. Populasi dan Sampel	39
1. Populasi.....	39
2. Sampel	39
C. Teknik Pengumpulan Data	41
1. Data Primer.....	41
D. Skala Pengukuran.....	42
E. Definisi Operasional Variabel	42
1. Variabel Penelitian	42
2. Definisi Operasional Variabel	43
F. Metode Analisis Data.....	46
1. Uji Instrumen.....	46
2. Uji Asumsi Klasik	47
3. Alat Analisis Data	49
4. Uji Hipotesis.....	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	52
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	52
B. Karakteristik Responden.....	55
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	56
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	57
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	58
C. Deskripsi Tanggapan Responden.....	59
1. Pernyataan Variabel <i>Green Product</i>	59
2. Pernyataan Variabel <i>Green Price</i>	60
3. Pernyataan Variabel <i>Green Place</i>	61
4. Pernyataan Variabel <i>Green Promotion</i>	63
5. Pernyataan Variabel <i>Green Purchase Intention</i>	64
D. Uji Instrumen.....	65
1. Uji Validitas.....	65
2. Uji Reliabilitas.....	66

E. Uji Asumsi Klasik	67
1. Uji Normalitas	67
2. Uji Mulikolinearitas	68
3. Uji Heteroskedastisitas	69
F. Alat Analisis Data	70
1. Analisis Regresi Linier Berganda	70
2. Koefisien Determinasi (R^2)	73
G. Uji Hipotesis.....	74
1. Hasil Uji T (Pengujian Secara Parsial)	74
2. Uji F (Simultan)	76
H. Pembahasan	77
1. Pengaruh <i>Green Product</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i>	77
2. Pengaruh <i>Green Price</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i>	78
3. Pengaruh <i>Green Place</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i>	78
4. Pengaruh <i>Green Promotion</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i>	79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	80
A. Kesimpulan.....	80
B. Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	85



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu	32
Tabel 2. Skala Likert	42
Tabel 3. Definisi Operasional Variabel	43
Tabel 4. Daftar Menu KFC Lawu Plaza Madiun.....	52
Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	56
Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	57
Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	58
Tabel 9. Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Green Product</i>	60
Tabel 10. Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Green Price</i>	61
Tabel 11. Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Green Place</i>	62
Tabel 12. Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Green Promotion</i>	63
Tabel 13. Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Purchase Intention</i>	64
Tabel 14. Hasil Uji Validitas.....	65
Tabel 15. Hasil Uji Reliabilitas.....	67
Tabel 16. Hasil Uji Normalitas	68
Tabel 17. Hasil Uji Multikolonieritas.....	69
Tabel 18. Hasil Uji Heterokedastisitas	70
Tabel 19. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	71
Tabel 20. Hasil Uji Determinasi (<i>Adjusted R2</i>)	74
Tabel 21. Hasil Uji Statistik T (Parsial)	75
Tabel 22. Hasil Uji Statistik F (Simultan).....	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pemikiran 35



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	86
Lampiran 2. Data Responden	89
Lampiran 3. Rekap Data Kuesioner	92
Lampiran 4. Hasil Statistik Deskriptif Responden.....	103
Lampiran 5. Hasil Uji Instrumen.....	105
Lampiran 6. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	110
Lampiran 7. Hasil Uji Ketepatan Model.....	112
Lampiran 8. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	113

