

***PENGARUH GREEN PRODUCT, GREEN PRICE, GREEN  
PROMOTION, GREEN PLACE TERHADAP MINAT BELI ULANG  
PADA PRODUK TUPPERWARE DI KABUPATEN GRESIK***

**SKRIPSI**



Oleh :  
**SANIA AWALIA LUTFI**  
**NIM : 180301133**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH GRESIK  
2022**



## KATAPENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT atas berkat limpahan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul ***“Pengaruh Green Product, Green Price, Green Promotion, Green Place Terhadap Minat Beli Ulang Produk Tupperware Di Kabubapen Gresik”*** tanpa ada halangan apapun sesuai waktu yang telah ditentukan.

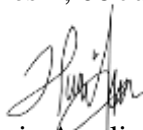
Skripsi ini saya ajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Gresik. Skripsi ini tak lepas dari bantuan serta dukungan beberapa pihak. Oleh karena itu penulis menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Nadhirotul Laily, S.Psi., M.Psi, Psikolog selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Gresik.
2. Bapak Dr. Tumirin, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Gresik
3. Ibu Maulidiyah Amalina Rizqi, SE., MM selaku Kepala Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Gresik.
4. Dr. Indro Kirono, Drs., MM selaku Dosen Pembimbing yang dengan telaten dan sungguh-sungguh dalam pengarahan dan bimbingannya.
5. Dr. Moh Agung Suriyanto, SE., M.SM selaku Dosen Penguji 1 Dosen Penguji yang telah memberikan banyak masukan dan saran yang sangat bermanfaat kepada penulis

6. Maulidyah Amalina Rizqi, S.E M.M selaku Dosen Penguji ke 2 yang telah memberikan banyak masukan dan saran yang sangat bermanfaat kepada penulis
11. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen S1 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Gresik yang telah memberidukungan.
12. Kedua orang tua tercinta atas segala dukungan dan do'a yang mengiringi setiap langkah
13. Rekan-rekan S1 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomik dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Gresik angkatan 2018 yang telah memberikan motivasid an semangat.

Demikian skripsi ini telah penulis susun dengan harapan dapat bermanfaat bagi penulis maupun pembaca. Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari masih banyak kekurangan sehingga penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun.

Gresik, 06 Juni 2023

  
Sania Awalia Lutfi



## ABSTRAK

Lutfi, Sania Awalia. 2023. Pengaruh *green product*, *green price*, *green promotion*, *green place*, terhadap minat beli ulang pada produk tupperware di Kabupaten Gresik. Pembimbing: (I) Dr. Indro Kirono, Drs.,MM.,CRM

**Kata kunci:** *Green Product*, *Green Price*, *Green Promotion*, *Green Place*, Minat Beli Ulang.

Dalam era modernisasi saat ini, perkembangan akan teknologi semakin melaju pesat, sehingga tak dapat dipungkiri bahwa dengan maraknya teknologi yang beredar keadaan dunia juga mengalami kondisi yang tidak baik semakin tahun ke tahun. Sampah yang menumpuk menjadi masalah yang serius bagi lingkungan. Salah satunya yang masih menjadi topik perbincangan hangat dari dulu hingga sekarang adalah semakin bertambahnya sampah plastik dari tahun ke tahun. Dari masalah tersebut menjadikan sebuah peluang tersendiri bagi perusahaan untuk menerapkan strategi marketing yang dikenal sebagai *green marketing mix* atau yang biasa dikenal sebagai konsep strategi pemasaran ramah lingkungan. Tujuan penelitian ini adalah: (1) Untuk mengetahui pengaruh *green product*, *green price*, *green place*, *green promotion* terhadap minat beli ulang pada produk *tupperware* Jenis penelitian ini deskriptif dan *eksplanatory* dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, teknik analisis statistik deskriptif dan analisis regresi linier berganda. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli produk *tupperware* di Kabupaten Gresik. Penelitian ini juga menggunakan instrumen berupa kuisisioner tertutup dengan skala *Likert* yang terdiri dari 5 pilihan jawaban. Uji kelayakan instrumen menggunakan uji validitas dan uji reabilitas. Teknik analisis data menggunakan analisis statistik deskriptif dan regresi linier berganda. Pada regresi linier berganda didahului dengan uji asumsi klasik dan dilanjutkan dengan uji t dan uji f. Hasil analisis menunjukkan bahwa: (1) *Green Product* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang pada produk tupperware di Kabupaten Gresik, (2) *Green Price* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang pada produk tupperware di Kabupaten Gresik (3) *Green Promotion* tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat beli ulang pada produk tupperware di Kabupaten Gresik (4) *Green Place* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang pada produk tupperware di Kabupaten Gresik (1) Berdasarkan hasil dalam penelitian ini, peneliti menyarankan: Pada variabel kedua yaitu *green price* sebaiknya distributor lebih memperbanyak promosi produk kepada masyarakat tentang harga pada produk *Tupperware* setiap bulannya dengan mencantumkan promo potongan harga, sehingga produk *Tupperware* dapat dijangkau oleh semua kalangan. Dan menyediakan layanan penyediaan pembayaran kredit agar konsumen dan pelanggan dapat menjangkau produk *Tupperware* tanpa kesulitan. (2) Selanjutnya adalah pada variabel ketiga yaitu *green promotion* adalah sebaiknya Distributor

lebih memperluas lagi dalam memperkenalkan image dan produk Tupperware kepada masyarakat, sehingga masyarakat menjadi paham tentang produk dari *tupperware*



## DAFTAR ISI

Halaman

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN DAN MOTTO.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	9
<b>BAB II : KAJIAN PUSTAKA</b>	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Landasan Teori .....	18
2.2.1 Green Product .....	18
2.2.2 Green Price .....	22
2.2.3 Green Place .....	30
2.2.4 Green Promotion .....	33
2.2.5 Minat Beli Ulang .....	39
2.2.6 Hubungan Antar Variabel.....	42
2.3 Kerangka Berfikir .....	47
2.4 Hipotesis .....	48
<b>BAB III : METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Pendekatan Penelitian.....	49
3.2 Lokasi Penelitian .....	49
3.3 Populasi Dan Sampel.....	49
3.3.1 Populasi.....	49
3.3.2 Sampel.....	49
3.4 Jenis Dan Sumber Data.....	50
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	51
3.6 Identifikasi Variabel.....	51
3.7 Definisi Operasional.....	52
3.7.1 Variabel Independen .....	52
3.7.2 Variabel Dependen.....	56
3.8 Teknik Pengukuran Data .....	56
3.9 Teknik Analisis Data.....	57
3.9.1 Uji Instrumen Penelitian .....	57
3.9.2 Uji Validitas .....	57
3.9.3 Uji Reliabilitas .....	58
3.9.4 Uji Asumsi Klasik .....	58
3.9.5 Analisis Regresi Linear Berganda .....	60



3.9.6 Koefisien Determinasi.....	61
3.9.7 Uji Hipotesis.....	62
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN</b>	
4.1 Deskripsi Data Penelian.....	64
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	64
4.1.2 Gambaran Umum Responden.....	65
4.1.2.1 Responden berdasarkan jenis kelamin.....	65
4.1.2.2 Responden berdasarkan usia.....	66
4.1.2.3 Responden berdasarkan Pendidikan.....	67
4.1.2.4 responden berdasarkan pekerjaan.....	68
4.1.2.5 Deskripsi variabel penelitian.....	69
4.1.2.5. Tanggapan responden.....	69
4.1.2.6 Tanggapan Variabel Green Product .....	70
4.1.2.7 Tanggapan Terhadap Green Price .....	71
4.1.2.8 Tanggapan Terhadap Green Promotion .....	72
4.1.2.9 Tanggapan Terhadap Green Place .....	74
4.1.2.10 Tanggapan terhadap variabel Minat Beli.....	74
4.2 Analisis Data.....	75
4.2.1 Uji validitas dan realibilitas.....	75
4.3 Uji Asumsi Klasik.....	77
4.4.1 Uji normalitas.....	78
4.4.2 Uji multikoleniaritas.....	78
4.4.3 Uji heterokedastisitas.....	79
4.5 Analisis data.....	80
4.5.1 Analisis regresi berganda.....	80
4.5.2 Koefisien determinasi (R <sup>2</sup> ).....	81
4.6 Uji Hipotesis.....	82
4.6.1 Uji t.....	82
4.7 Interpretasi hasil.....	84
4.7.1 Pengaruh Green Product terhadap Minat beli ulang .....	84
4.7.2 Pengaruh Green Price terhadap Minat beli ulang .....	85
4.7.3 Pengaruh Green Place terhadap Minat beli ulang .....	86
4.7.4 Pengaruh Green Promotion terhadap Minat beli ulang ....	86
<b>BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI</b>	
5.1 Kesimpulan.....	87
5.2 Rekomendasi.....	88
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	93



## DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 1.1 Hasil Mini Riset .....	4
Tabel 1.2 Perbandingan Harga .....	5
Tabel 1.3 Penghargaan Tupperware .....	6
Tabel 2.2 Perbedaan Dan Persamaan Peneliti Terdahulu .....	17
Tabel 4.5 Frekuensi Green Product .....	49
Tabel 4.6 Frekuensi Green Price .....	50
Tabel 4.7 Frekuensi Green Promotion .....	50
Tabel 4.8 Frekuensi Green Place .....	52
Tabel 4.9 Uji Validasi .....	54
Tabel 4.10 Uji Reliabilitas .....	56
Tabel 4.11 Uji Multikoleniaritas .....	59
Tabel 4.12 Uji Heteroskedastisitas .....	59
Tabel 4.13 Uji Linier Berganda .....	61
Tabel 4.14 Uji Determinasi .....	63

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 :Grafik Pengguna Produk Ramah Lingkungan .....	3
Gambar 2.1 : Macam-macam Produk Ramah Lingkungan .....	3
Gambar 1.3 : Data Penjualan Di Agree Distributor Tupperware .....	9
Gambar 4.1 : Logo Tupperware .....	44

## DAFTAR LAMPIRAN

Hal

Lampiran :1 Jadwal Penelitian .....	101
Lampiran :2 Kuesioner Penelitian .....	105
Lampiran :3 Rekap Tanggapan Responden .....	107
Lampiran : 4 Hasil Output SPSS .....	116
Lampiran :5 Tabulasi Data Kuesioner .....	119
Lampiran :6 Dokumentasi penyebaran kuesioner .....	120
Lampiran :7 Bebas plagiasi .....	122