

**PENGARUH *GREEN MARKETING MIX* TERHADAP *GREEN PURCHASE INTENTION* PADA INDUSTRI *SPORTS FASHION*
(STUDI KASUS PADA MEREK NIKE)**

APRILIA ZAHRA

1705621035



Skripsi Ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2025

***THE INFLUENCE OF GREEN MARKETING MIX ON GREEN
PURCHASE INTENTION IN THE SPORTS FASHION INDUSTRY
(CASE STUDY ON THE NIKE BRAND)***

APRILIA ZAHRA

1705621035



This Thesis is Prepared as One of the Requirements for Obtaining a Bachelor of Management Degree at the Faculty of Economics and Business, State University of Jakarta

Intelligentia - Dignitas

MANAGEMENT PROGRAM STUDY

FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2025

ABSTRAK

Aprilia Zahra, 2025; Pengaruh *Green Marketing Mix* Terhadap *Green Purchase Intention* Pada Industri *Sports Fashion* (Studi Kasus Pada Merek Nike). Skripsi, Jakarta: Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta, Tim Pembimbing: Prof. Dr. Gatot Nazir Ahmad, M.Si & Nofriska Krissanya, S.E., M.B.A.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *green marketing mix* (*green products*, *green price*, *green place*, dan *green promotion*) terhadap *green purchase intention* pada industri *sports fashion* khususnya pada produk Nike di wilayah DKI Jakarta. Dengan meningkatnya kesadaran konsumen terhadap lingkungan, perusahaan di sektor fashion olahraga perlu memahami faktor-faktor yang mendorong minat konsumen dalam melakukan pembelian produk ramah lingkungan. Pada penelitian ini metode yang digunakan adalah kuantitatif dan pengumpulan data menggunakan metode survei online dengan instrumen berupa kuesioner menggunakan skala Likert 6 poin yang disebarkan kepada masyarakat di wilayah DKI Jakarta yang tertarik membeli produk Nike. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 250 responden. Teknik analisis yang digunakan untuk mengolah data yang terkumpul adalah uji validitas, uji reliabilitas, dan hipotesis dengan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM). Hasil yang didapat pada penelitian ini meliputi *green products* memiliki pengaruh terhadap *green purchase intention*, *green price* memiliki pengaruh terhadap *green purchase intention*, *green place* memiliki pengaruh terhadap *green purchase intention*, *green promotion* memiliki pengaruh terhadap *green purchase intention*. Implikasi teoretis dari penelitian ini memberikan bukti empirik mengenai pengaruh *green marketing mix* terhadap *green purchase intention*. Penelitian ini memiliki sejumlah implikasi praktis diantaranya menciptakan ekosistem pemasaran yang mendukung adopsi produk hijau melalui strategi distribusi, harga, dan promosi, yang berkelanjutan.

Kata kunci: *Green Products*, *Green Price*, *Green Place*, *Green Promotion*, *Green Purchase Intention*, *Industri Sports Fashion*

Intelligentia - Dignitas

ABSTRACT







Aprilia Zahra, 2025; The Effect of Green Marketing Mix on Green Purchase Intention in the Sports Fashion Industry (Case Study on the Nike Brand). Thesis, Jakarta: Bachelor of Management Program, Faculty of Economics and Business, Universitas Negeri Jakarta, Supervising Committee: Prof. Dr. Gatot Nazir Ahmad, M.Si & Nofriska Krissanya, S.E., M.B.A.

This study aims to analyse the effect of green marketing mix (green products, green price, green place, and green promotion) on green purchase intention in the sports fashion industry, especially on Nike products in the DKI Jakarta area. With increasing consumer awareness of the environment, companies in the sports fashion sector need to understand the factors that drive consumer interest in purchasing environmentally friendly products. In this study, the method used is quantitative and data collection uses an online survey method with an instrument in the form of a questionnaire using a 6-point Likert scale distributed to people in the DKI Jakarta area who are interested in buying Nike products. The sampling technique used in this study was purposive sampling technique with a sample size of 250 respondents. The analysis technique used to process the collected data is validity test, reliability test, and hypothesis using Structural Equation Modeling (SEM). The results obtained in this study include green products have an influence on green purchase intention, green price has an influence on green purchase intention, green place has an influence on green purchase intention, green promotion has an influence on green purchase intention. The theoretical implications of this study provide empirical evidence regarding the effect of green marketing mix on green purchase intention.

Keyword: Green Products, Green Price, Green Place, Green Promotion, Green Purchase Intention, Sports Fashion Industry

Intelligentia - Dignitas

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI			
Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  Prof. Dr. Mohamad Rizan, M.M. NIP. 197206272006041001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Prof. Agung Dharmawan Buchdadi, M.M., Ph.D. NIP. 197509162006041001 (Ketua Sidang/Seminar)		12 / 02 2015
2	Titis Fatarina Mahfirah, S.E., M.S.M NIP. 198905022022032011 (Penguji 1)		12 / 02 2015
3	Dr. Setyo Ferry Wibowo, SE., M.Si NIP. 19720617199931001 (Penguji 2)		12 / 02 2015
4	Prof. Gatot Nazir Ahmad, M.Si NIP. 197205062006041002 (Pembimbing 1)		12 / 02 2015
5	Nofriska Krissanya, S.E., M.B.A NIP. 199111022022032013 (Pembimbing 2)		12 / 02 2015
Nama : Aprilia Zahra No. Registrasi : 1705621035 Program Studi : S1 Manajemen Tanggal Lulus :			

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini peneliti menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya ilmiah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 24 Februari 2025

Yang Membuat Pernyataan,



Aprilia Zahra

NIM. 1705621035

PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Aprilia Zahra
NIM : 1705621035
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis / S1 Manajemen
Alamat email : apriliahz543@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (... ..)

yang berjudul :


Pengaruh *Green Marketing Mix* Terhadap *Green Purchase Intention* Pada Industri *Sports Fashion* (Studi Kasus Pada Merek Nike)

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 24 Februari 2025
Penulis


(Aprilia Zahra)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir perkuliahan berupa skripsi yang berjudul “Pengaruh *Green Marketing Mix* Terhadap *Green Purchase Intention* Pada Industri *Sports Fashion* (Studi Kasus Pada Merek Nike)” Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang pendidikan Sarjana pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta. Selama proses penyusunannya, penulis menghadapi berbagai kendala dan hambatan. Namun, berkat dukungan, semangat, motivasi, serta bimbingan dari berbagai pihak, penulis berhasil menyelesaikan tugas ini dengan baik hingga akhir. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Mohamad Rizan, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta.
2. Bapak Dr. M. Edo Suryawan Siregar, S.E., M.B.A, selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen.
3. Bapak Prof. Dr. Gatot Nazir Ahmad, M.Si., selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan masukan pada proses penyusunan skripsi.
4. Ibu Nofriska Krissanya, S.E., M.B.A, selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan masukan pada proses penyusunan skripsi.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta yang telah banyak memberikan ilmu yang bermanfaat.

6. Ayah, Ibu, dan kakak sebagai sumber kekuatan dan motivasi bagi penulis. Terima kasih selalu memberikan kasih sayang, doa, dukungan, dan selalu memberikan semangat kepada penulis serta pengorbanan yang tiada henti.
7. Della, Sabrina, Naomi, Caca, dan Nabila, terima kasih atas semangat, kebersamaan, dan bantuan kalian selama masa perkuliahan dan dalam proses penyusunan skripsi ini.
8. Cipi dan Ratu, terima kasih atas kehadiran kalian, baik dalam bentuk obrolan sederhana, motivasi, maupun bantuan kecil, telah menjadi sumber kekuatan dan penghibur bagi penulis.
9. Haidir Alfarabi, terima kasih atas segala dukungan, waktu, kesabaran, dan pengertian yang telah diberikan. Kehadiran kamu sebagai tempat berbagi cerita dan teman diskusi sangat berarti dan menjadi penyemangat bagi penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan dan kesalahan dalam penyusunannya. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan masukan dan kritik yang membangun dari pembaca sebagai bahan perbaikan di masa depan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat serta kontribusi positif bagi berbagai pihak.

Jakarta, 21 Januari 2025

Intelligentia - Digitalitas

Aprilia Zahra

NIM.1705621035

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Manfaat Penelitian Teoretis.....	11
1.4.2 Manfaat Penelitian Praktis	11
BAB II TINJAUAN LITERATUR	13
2.1 Teori Pendukung	13
2.1.1 <i>Green Purchase Intention</i>	13
2.1.2 <i>Green Product</i>	14
2.1.3 <i>Green Price</i>	16
2.1.4 <i>Green Place</i>	17
2.1.5 <i>Green Promotion</i>	19
2.2 Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis.....	20
2.2.1 Hubungan <i>Green Product</i> dan <i>Green Purchase Intention</i>	20
2.2.2 Hubungan <i>Green Price</i> dan <i>Green Purchase Intention</i>	21
2.2.3 Hubungan <i>Green Place</i> dan <i>Green Purchase Intention</i>	22
2.2.4 Hubungan <i>Green Promotion</i> dan <i>Green Purchase Intention</i>	24

2.3	Hipotesis Penelitian.....	25
2.4	Hasil Penelitian yang Relevan	27
BAB III METODE PENELITIAN		28
3.1	Waktu dan Tempat Penelitian.....	28
3.2	Desain Penelitian.....	28
3.3	Populasi dan Sampel	29
3.4	Pengembangan Instrumen	29
3.4.1	Variabel Penelitian	29
3.4.2	Operasionalisasi Variabel	30
3.5	Skala Pengukuran.....	34
3.6	Teknik Pengumpulan Data	34
3.7	Teknik Analisis Data	35
3.7.1	Deskripsi Data.....	35
3.7.2	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	35
3.7.3	Uji Validitas.....	36
3.7.4	Uji Reliabilitas	36
3.7.5	Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	37
3.7.6	VIF (<i>Variance Inflation Factor</i>).....	37
3.7.7	<i>R Square</i> (R^2).....	38
3.7.8	<i>F Square</i> (F^2).....	39
3.7.9	Uji Hipotesis	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		40
4.1	Deskripsi Data.....	40
4.1.1	Karakteristik Responden	40
4.1.2	Analisis Deskriptif	44
4.2	Hasil Pengujian	49
4.2.1	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	49
4.2.2	Uji Validitas.....	50
4.2.3	Uji Reliabilitas	52
4.2.4	Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	53
4.2.5	<i>Variance Inflation Factor</i> (VIF).....	53

4.2.6	<i>R Square (R²)</i>	54
4.2.7	<i>F Square (F²)</i>	55
4.2.8	Uji Hipotesis	56
4.3	Pembahasan.....	57
4.3.1	Pengaruh <i>Green Product</i> terhadap <i>Green Purchase Intention</i>	57
4.3.2	Pengaruh <i>Green Price</i> terhadap <i>Green Purchase Intention</i>	58
4.3.3	Pengaruh <i>Green Place</i> terhadap <i>Green Purchase Intention</i>	59
4.3.4	Pengaruh <i>Green Promotion</i> terhadap <i>Green Purchase Intention</i>	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		61
5.1	Kesimpulan	61
5.2	Implikasi.....	62
5.2.1	Implikasi Teoretis	62
5.2.2	Implikasi Praktis	63
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	64
5.4	Rekomendasi Untuk Penelitian Selanjutnya	65
DAFTAR PUSTAKA.....		66
LAMPIRAN.....		70

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Produk yang Banyak Dibeli Masyarakat Indonesia	2
Gambar 1. 2 Penjualan Perusahaan <i>Sportsware</i> Terbesar di Dunia	3
Gambar 1. 3 Tren Pembelian Produk Ramah Lingkungan	5
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	25
Gambar 4. 1 <i>Outer Model</i>	49
Gambar 4. 2 <i>Inner Model</i>	53



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Hipotesis Variabel.....	26
Tabel 2. 2 Hasil Penelitian yang Relevan.....	27
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel	31
Tabel 3. 2 Skala Likert	34
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	41
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	41
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	42
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	42
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Penghasilan	43
Tabel 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan	43
Tabel 4. 8 Deskriptif Variabel <i>Green Product</i>	44
Tabel 4. 9 Deskriptif Variabel <i>Green Price</i>	45
Tabel 4. 10 Deskriptif Variabel <i>Green Place</i>	46
Tabel 4. 11 Deskriptif Variabel <i>Green Promotion</i>	47
Tabel 4. 12 Deskriptif Variabel <i>Green Purchase Intention</i>	48
Tabel 4. 13 <i>Outer Loadings</i>	50
Tabel 4. 14 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	51
Tabel 4. 15 <i>Heterotrait- Monotrait Ratio (HTMT)</i>	51
Tabel 4. 16 <i>Cronbach's Alpha dan Composite Reliability</i>	52
Tabel 4. 17 <i>Variance Inflation Factor (VIF)</i>	54
Tabel 4. 18 <i>R Square (R²)</i>	55
Tabel 4. 19 <i>F Square (F²)</i>	56
Tabel 4. 20 <i>Path Coefficient</i>	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	70
Lampiran 2 Pertanyaan Screening	70
Lampiran 3 Demografi Responden	70
Lampiran 4 Petunjuk Pengisian Kuesioner.....	71
Lampiran 5 Pernyataan Kuesioner	72
Lampiran 6 Hasil Cek Turnitin dan Plagiarism	74
Lampiran 7 Riwayat Hidup Penulis	76



Intelligentia - Dignitas